

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE CUENCA

CARRERA: CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Tesis previa a la obtención
del Título de Ingeniera en
Contabilidad y Auditoría

**“ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO QUE GENERA
EL RISE EN EL SECTOR POPULAR TIENDAS DE
BARRIO DEL AREA URBANA EN LA CIUDAD DE
CUENCA EN EL PERIODO 2007-2011”**

AUTORES:

**Susana Gabriela Quituisaca Chillogalli.
Mónica Jacqueline Sinchi Morocho.**

DIRECTOR:

Econ. Juana Salinas

Cuenca, 2012



DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, Susana Gabriela Quituisaca Chillogalli y Mónica Jacqueline Sinchi Morocho declaramos que los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de las autoras y autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana el uso de la misma para fines académicos

Cuenca, Agosto 02 de 2012



SUSANA QUITUISACA CH.



MÓNICA SINCHI M.



CERTIFICACIÓN

Certificó haber dirigido y revisado minuciosamente cada uno de los capítulos de la tesis "ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO QUE GENERA EL RISE EN EL SECTOR POPULAR TIENDAS DE BARRIO DEL ÁREA URBANA EN LA CIUDAD DE CUENCA EN EL PERÍODO 2007-2011". Realizado por las señoritas **SUSANA GABRIELA QUITUISACA CHILLOGALLI** con CI 0104618509 y **MÓNICA JACQUELINE SINCHI MOROCHO** con CI 0104777867. Certifico igualmente que el nivel de creatividad e independencia así como la disciplina en el cumplimiento de su producto de grado.

Por lo tanto, por cumplir con los requisitos establecidos autorizo su presentación.

Cuenca, 27 de julio del 2012

Econ. Juanita Salinas

DIRECTORA DE TESIS



DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo va dedicado de manera muy especial a Dios, por darme la fuerza, salud y el conocimiento necesario para llegar hasta aquí y a mis PADRES por haber estado junto a mí durante cada paso de mi vida, sobre todo en mi carrera universitaria brindándome su apoyo tanto moral como económico, con el fin de ver cumplidos mis metas y propósitos, guiándome siempre por el camino correcto.

A mi querido amor JAIME TORRES, por ser mi amigo y esposo, gracias al apoyo, confianza y sobre todo el amor ha depositado en mí, he podido alcanzar mi meta. Te amo.

A mi chiquita preciosa JOSELINE TORRES, la bendición más grande que Dios me ha dado, es quien con su sonrisa me motiva día a día ha seguir luchando para tener un futuro mejor.

A Mónica, mi compañera de tesis y amiga con quien he compartido buenos y malos momentos que siempre estarán en mi mente y corazón. Te quiero mucho amiga.

SUSANA



DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios, por darme la oportunidad de vida, por brindarme sabiduría e inteligencia, por guiarme durante mi trayectoria de vida estudiantil.

A mis padres quienes con su amor y cariño incondicional han sido un pilar sólido e importante en mi vida, sosteniéndome ante las flaquezas presentadas en este largo camino, gracias por haber hecho posible la oportunidad de tener una buena educación, por haberme extendido su mano y nunca soltarme, por comprenderme y apoyarme. LOS AMO

A mi hija por ser mi fortaleza y el complemento de mi vida, por regalarme sus sonrisas ante el cansancio y el agotamiento de mi trabajo. TE AMO BEBÉ

A mi gran amiga Susana Quituisaca con quien he tenido el gusto de compartir grandes anécdotas que nos ha dejado este trabajo. Gracias por saber comprenderme y ser una buena amiga, compañera. Esperando que en tu vida profesional sea llena de éxitos y de muchas bendiciones.

*A todos ustedes esta tesis está dirigida con cariño y dedicación.
Mónica Sinchí.*



AGRADECIMIENTO

A Dios, quien ha sido luz en nuestras vidas, mediante sus bendiciones nos cuida y protege de cualquier peligro que se pueda presentar, gracias a Dios que nos ha dado la vida, salud e inteligencia para poder alcanzar nuestros sueños y metas planteados.

Agradecemos a nuestros padres por su total comprensión durante todos estos años, quienes nos han sabido brindar su apoyo incondicional desde el principio de este camino que poco a poco está llegando a su fin.

A nuestra directora de tesis, Econ. Juanita Salinas, quien ha sabido guiarnos, aportando sus conocimientos con total esmero y comprensión en el desarrollo de este trabajo investigativo, formando parte de nuestras vidas como una gran amiga.

Agradecemos a todos nuestros profesores quienes con sus experiencias han sabido llegar a las aulas de esta universidad a impartirnos conocimientos, los mismos que nos han sido de gran ayuda para el desarrollo de nuestra tesis y que a la larga nos servirán en nuestras vidas profesionales



INDICE DE CONTENIDOS

CAPITULO I.....	2
ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA EN EL ECUADOR.....	2
1.1ASPECTOS GENERALES	2
1.2CONCEPTOS: ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA	3
1.3DEL ÁMBITO, OBJETO Y PRINCIPIOS.....	4
1.3.1 AMBITO.....	4
1.3.2 OBJETO	5
1.3.3 PRINCIPIOS	6
1.4 FORMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA	7
1.4.1 SECTOR COMUNITARIO	7
1.4.2 SECTOR ASOCIATIVO	7
1.4.3 SECTOR COOPERATIVO	8
1.4.4 UNIDADES ECONÓMICAS POPULARES	8
CAPITULO II	10
EVOLUCIÓN DEL SISTEMA TRIBUTARIO ECUATORIANO.....	10
2.1 PRINCIPIOS TRIBUTARIOS DEL ECUADOR	11
2.1.1PRINCIPIO DE GENERALIDAD	12
2.1.2PRINCIPIO DE PROGRESIVIDAD	12
2.1.3PRINCIPIO DE EFICIENCIA	12
2.1.4PRINCIPIO DE SIMPLICIDAD ADMINISTRATIVA.....	12
2.1.5PRINCIPIO DE IRRETROACTIVIDAD.....	13
2.1.6PRINCIPIO DE EQUIDAD	13
2.1.7PRINCIPIO DE TRANSPARENCIA.....	13
2.1.8PRINCIPIO DE SUFICIENCIA RECAUDATORIA.....	14
2.2ESTRUCTURA DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO ECUATORIANO AL 2012	14



2.2.1 Impuestos	15
2.2.2 Tasas	17
2.2.3 Contribuciones Especiales.....	17
2.3 REFORMAS TRIBUTARIAS EN EL GOBIERNO DE RAFAEL CORREA.....	18
REGIMEN IMPOSITIVO SIMPLIFICADO DEL ECUADOR.....	18
2.4 ESTABLECIMIENTO DEL RÉGIMEN IMPOSITIVO SIMPLIFICADO	18
2.5 Procedimientos y Operatividad del RISE	21
CAPITULO III.....	26
SECTOR POPULAR TIENDAS DE BARRIO DEL ÁREA URBANA DE LA CIUDAD DE CUENCA	26
3.1 PARROQUIAS DE CUENCA	27
3.2 LA INDUSTRIA EN LA CIUDAD DE CUENCA.....	28
3.3 EL SECTOR COMERCIAL EN CUENCA	29
3.4 IDENTIFICACIÓN DE LAS TIENDAS DE BARRIO.....	29
3.4.1 Tiendas de barrio en la ciudad de Cuenca.....	31
3.5 TAMAÑO DE LA MUESTRA	31
CAPITULO IV	34
4.1 EL EFECTO DEL ESTABLECIMIENTO DE ÉSTE NUEVO SISTEMA DE TRIBUTACIÓN EN LAS TIENDAS DE BARRIO DEL ÁREA URBANA EN LA CIUDAD DE CUENCA.....	35
4.1.1 ACOGIDA DEL RISE EN LAS TIENDAS DE BARRIO DE LA CIUDAD DE CUENCA SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS	36
4.2 IMPACTO ECONÓMICO DEL RISE SEGÚN EL NIVEL DE RECAUDACIÓN.....	42
4.2.1 DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE SOLVENCIA CONTABLE DE LAS TIENDAS DE BARRIO.....	43
4.2.2 CAPITAL EN GIRO E INVENTARIOS DE MERCADERÍA DE LAS TIENDAS DE BARRIO DEL AREA URBANA EN LA CIUDAD DE CUENCA	46



4.2.3 ESTIMACIÓN DEL VALOR DE MERCADO DE LOS ACTIVOS FIJOS DE LAS TIENDAS DE BARRIO DEL AREA URBANA EN LA CIUDAD DE CUENCA	50
4.2.4 PROVEEDORES DE LAS TIENDAS DE BARRIO DEL AREA URBANA EN LA CIUDAD DE CUENCA	51
4.2.5 COMPETENCIA DE LAS TIENDAS DE BARRIO DEL AREA URBANA EN LA CIUDAD DE CUENCA	55
4.2.6 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO DE LAS TIENDAS DE BARRIO DEL ÁREA URBANA DE LA CIUDAD DE CUENCA	57
CONCLUSIONES.....	61
RECOMENDACIONES.....	64
BIBLIOGRAFÍA.....	65
ANEXOS	67



INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO N°1 COMPOSICIÓN DE LOS MERCADO INFORMALES.....	19
GRAFICO N°2 NOTA DE VENTA - RISE.....	23
GRAFICO N°3 TIEMPO DE VIDA DEL NEGOCIO EN EL MERCADO	36
GRAFICO N°4 PRPIEDAD DEL LOCALES PROPIOS o ARRENDADOS.....	37
GRAFICO N°5 NIVEL DE INSTRUCCIÓN ACADEMICA DE LOS PROPIETARIOS DE LAS TIENDAS DE BARRIO.....	38
GRAFICO N°6 REGIMEN IMPOSITIVO AL CUAL SE ACOGEN LAS TIENDAS ..	39
GRAFICO N°7 MEDIOS DE DECLARACIONES DE LOS CONTRIBUYENTES PERTENECIENTES AL RUC DE LAS TIENDAS DE BARRIO	40
GRAFICO N°8 ENFOQUE DEL PROGRAMA SOCIO TIENDA EN LAS TIENDAS DE BARRIO	41
GRAFICO N°9 NIVEL DE RECAUDACIÓN EN LAS TIENDAS DE BARRIO.....	43
GRAFICO N° 10 EMICIÓN DE COMPROBANTES DE VENTA EN LAS TIENDAS DE BARRIO	44
GRAFICO N° 11 TIPO DE DOCUMENTO EMITIDO	44
GRAFICO N° 12 DOCUMENTOS CONTABLES.....	45
GRAFICO N° 13 VALOR DE LA MERCADERIA EN LAS TIENDAS DE BARRIO	47
GRAFICO N° 14 VENTAS MENSUALES DE LAS TIENDAS DE BARRIO	48
GRAFICO N° 15 MARGEN DE UTILIDAD DE PRODUCTOS.....	49
GRAFICO N° 16 ACTIVOS FIJOS DE LAS TIENDAS DE BARRIO.....	51
GRAFICO N° 17 PROVEEDORES DE LAS TIENDAS DE BARRIO.....	52
GRAFICO N° 18 FRECUENCIA CON LA QUE LAS TIENDAS DE BARRIO REALIZAN SUS COMPRAS	53
GRAFICO N° 19 VALOR DE LAS COMPRAS REALIZADAS POR LAS TIENDAS DE BARRIO	54
GRAFICO N° 20 FORMAS DE PAGO	55
GRAFICO N° 21 TIENDAS DE BARRIO Y SU COMPETENCIA.....	55
GRAFICO N° 22 PRODUCTOS QUE SE CONSUMEN EN LAS TIENDAS DE BARRIO..	57
GRAFICO N° 23 FINANCIAMIENTO DE LAS TIENDAS DE BARRIO	58



GRAFICO N° 24 ENDEUDAMIENTO DE LAS TIENDAS DE BARRIO	59
GRAFICO N° 25 ENDEUDAMIENTO DE LAS TIENDAS DE BARRIO CON INSTITUCIONES FINANCIERAS FORMALES E INFORMALES	60
GRAFICO N° 26 ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS	60



INDICE DE TABLAS

TABLA 1: ACTIVIDADES Y SUS RESPECTIVAS CUOTAS DE PAGO	21
TABLA 2: FECHAS PARA EL PAGO DE IMPUESTOS	24
TABLA 3: SANCIONES POR NO PAGAR LAS CUOTAS-RISE	24
TABLA 4: CONTRIBUYENTES INSCRITOS EN EL RISE	35
TABLA 5: TIEMPO DE VIDA DEL NEGOCIO EN EL MERCADO	36
TABLA 6: PROPIEDAD DEL LOCAL PROPIOS o ARRENDADOS	37
TABLA 7: NIVEL DE INSTRUCCIÓN ACADEMICA DE LAS PERSONAS QUE TIENEN TIENDAS	38
TABLA 8: REGIMEN IMPOSITIVO AL CUAL SE ACOGEN LAS TIENDAS DE BARRIO	39
TABLA 9: MEDIOS DE DECLARACIONES DE LOS CONTRIBUYENTES PERTENECIENTES AL RUC DE LAS TIENDAS DE BARRIO	40
TABLA 10: ENFOQUE DEL PROGRAMA SOCIO TIENDA EN LAS TIENDAS DE BARRIO	41
TABLA 11: NIVEL DE RECAUDACIÓN EN LAS TIENDAS DE BARRIO	42
TABLA 12: EMISIÓN DE COMPROBANTES DE VENTA EN LAS TIENDAS DE BARRIO	43
TABLA 13 TIPO DE DOCUMENTO EMITIDO	44
TABLA 14 DOCUMENTOS CONTABLES	45
TABLA 15 VALOR DE LA MERCADERIA EN LAS TIENDAS DE BARRIO	46
TABLA 16 VENTAS MENSUALES DE LAS TIENDAS DE BARRIO	47
TABLA 17 ACTIVOS FIJOS DE LAS TIENDAS DE BARRIO	50
TABLA 18 PROVEEDORES DE LAS TIENDAS DE BARRIO	51
TABLA 19 FRECUENCIA CON LA QUE LAS TIENDAS DE BARRIO REALIZAN SUS COMPRAS	52
TABLA 20 VALOR DE LAS COMPRAS REALIZADAS POR LAS TIENDAS DE BARRIO	53
TABLA 21 FORMAS DE PAGO	54

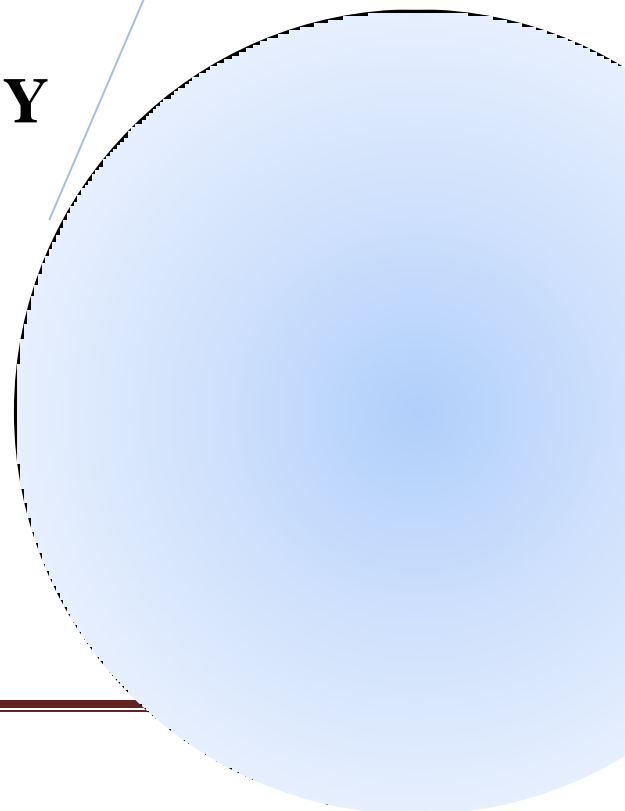


TABLA 22 TIENDAS DE BARRIO Y SU COMPETENCIA	56
TABLA 23 PRODUCTOS QUE SE CONSUMEN EN LAS TIENDAS DE BARRIO .	56
TABLA 24 FINANCIAMIENTO DE LAS TIENDAS DE BARRIO	57
TABLA 25 ENDEUDAMIENTO DE LAS TIENDAS DE BARRIO	58
TABLA 26 ENDEUDAMIENTO DE LAS TIENDAS DE BARRIO CON INSTITUCIONES FINANCIERAS FORMALES E INFORMALES	59
TABLA 27 ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS	60



CAPITULO I

ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA EN EL ECUADOR





CAPITULO I

ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA EN EL ECUADOR

1.1. ASPECTOS GENERALES

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo, es necesario realizar un estudio de los cambios que se han dado en la economía del país considerando que la economía del Ecuador se ha caracterizado por la exportación de bienes primarios como cacao, banano y petróleo, siendo estos los principales productos que generan mayores ingresos al país, también se ha cumplido un rol de proveedora de materias primas lo cual convierte al país en dependiente frente a mercados internacionales ya que son estos los que nos proveen de un producto terminado con precios altos al momento de importar.¹

La economía ecuatoriana ha sufrido una serie de evoluciones y transformaciones, por los diversos acontecimientos que se han desarrollado como por ejemplo en la década de los 90 donde se tuvo que atravesar por grandes desastres naturales², crisis financiera y convulsiones políticas³, que afectaron la economía nacional, al punto de tener que cambiar de moneda en el año 2000.

A partir del año 2007 la crisis ha tratado de ser superada con reformas de política económica que ayuden a orientar al país en un progreso continuo, dirigido a lograr estabilidad financiera, política y social. Estas reformas se refieren especialmente a las contenidas en la “Ley de Transformación Económica del Ecuador” (TROLE I-II-III).

Actualmente el Ecuador está viviendo una nueva estructura económica, bajo los lineamientos de la Constitución del 2008.

¹ACOSTA, Alberto. Breve Historia Económica del Ecuador. 2ª ed. Quito, Corporación Editora Nacional, 2001. p 385-402.

²Desastres naturales como: Inundaciones, sequías, contaminaciones, plagas derivadas de los monocultivos

³Convulsiones políticas como: 1.- Caída del Vicepresidente Alberto Dahik (Octubre, 1995). Presidencia de Sixto Durán-Ballén. 2.- Derrocamiento del Presidente Abdalá Bucaram el 07 de febrero de 1997.



En este sentido es necesario reconocer que *“El sistema económico ecuatoriano es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objeto garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir”*.

Además se reconocen nuevas formas de organización de la producción, que van más allá de las estructuras de la economía de capital, al consagrar que: *“El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas asociativos y comunitarios”*.

Con esta definición comprendemos que el Estado ecuatoriano pretende incluir las diversas formas económicas, productivas y reproductivas existentes en el país promoviendo una economía equitativa que amplíe las oportunidades a los sectores populares, desconcentrando el poder y la producción de las grandes empresas y corporaciones.

1.2. CONCEPTOS: ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Es importante considerar el concepto de Economía Popular y Solidaria establecido desde la “Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidaria” promulgada en el Registro Oficial No. 444 de 10 de mayo de 2011, donde específicamente se da la siguiente definición: *“[...] se entiende por Economía Popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su*



actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital⁴”.

Con el concepto citado, se trata de romper paradigmas, de una economía ambigua que no consideraba la economía popular y solidaria, a la cual hoy se pretende llegar para poder garantizar el sustento de todos los ecuatorianos en donde prevalece el desarrollo del buen vivir.

Con el reconocimiento de este tipo de organización de la economía “popular y solidaria”, se pretende rescatar, fortalecer, y apoyar a los distintos esfuerzos asociativos o individuales que se fundamenten en los principios y valores de la economía del “Trabajo”.

Para fortalecer el desarrollo de este sector el gobierno del Econ. Rafael Correa crea el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS), promulgada en el Registro Oficial No. 577 el 25 de abril del 2009, que tendrá como misión impulsar el crecimiento y la consolidación de la economía popular y solidaria, así como también apoyar el funcionamiento de dicha economía para la participación en los mercados, propiciando relaciones directas entre productores y consumidores.

La investigación propuesta en este trabajo “Análisis de Impacto que genera el Régimen Impositivo Simplificado del Ecuador en el sector popular tiendas de barrio del área urbana de la ciudad de Cuenca en el periodo 2007-2011”, estudiará un segmento del sector popular y solidario, que para el caso del área urbana de la ciudad de Cuenca representa aproximadamente el 45% de la producción local.

1.3. DEL ÁMBITO, OBJETO Y PRINCIPIOS

1.3.1 ÁMBITO: Se busca establecer el alcance de la Ley de la Economía Popular y solidaria, es decir sus actores.

⁴ Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (Art.1)



Para una mejor conceptualización de este ámbito cabe indicar las definiciones de persona natural y jurídica, siendo persona natural cualquier individuo de la especie humana, cualquiera que sea su edad, condición o sexo, la misma que puede ejercer actos de comercio siempre que haya cumplido su mayoría de edad y no tenga impedimento para realizar esta actividad, mientras que Persona Jurídica se considera a la reunión de dos o más personas naturales quienes constituidas legalmente obtienen personería jurídica y capacidad para ejercer derechos y contraer obligaciones, las mismas que pueden funcionar con un nombre comercial o Razón Social.

Una vez definido estos conceptos podremos entender lo que el ámbito en su Art. 2 establece: “*Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales, jurídicas y demás formas de organización que de acuerdo con la Constitución, conforman la Economía Popular y Solidaria y las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control y acompañamiento*”.⁵

Bajo estos preceptos, el “Ámbito de la Economía Popular y Solidaria”, está determinado por la actuación de las: asociaciones, cooperativas, comunidades y unidades económicas populares, ya sean de carácter público, privado, mixto.

1.3.2 OBJETO: No puede existir reconocimiento jurídico de una nueva organización de la economía sin que antes se haya determinado una ley y normativa a la cual deba regirse.

Este marco regulatorio proyecta y brinda seguridad, para quienes se encuentran asociados en las formas económicas populares y solidarias antes mencionadas ya que propone:

- a) *Reconocer,*
- b) *Fomentar,*
- c) *Fortalecer y potenciar las prácticas,*
- d) *Establecer un marco jurídico común,*

⁵ Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (Art.2)



- e) *Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios, y;*
- f) *Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento.*

Si el Estado pretende potenciar estas formas de economía debe fomentar la creación de su propia riqueza, fortaleciendo las actividades que estos realicen mediante las diversas alianzas estrategias que impulsen a un avance económico y solidario, pero para ello debe considerar formalizar la informalidad que se encuentra dentro de esta economía, en primer lugar por la existencia de trabajos mal remunerados cuyos ingresos son insuficientes para el buen vivir de la ciudadanía, y segundo porque existen muchas empresas que han sabido escudarse en la informalidad con el fin de no contribuir al estado, estas y otras razones por las que existe esta informalidad a contribuido a una mayor corrupción e inequidad de riquezas, sin embargo si se pretende llegar al “Sumak Kawsay” se debe considerar que dentro de este grupo informal se encuentran personas que logran el sustento para sus familias con los ingresos de las actividades que diariamente realizan, actuando también como consumidores finales frente a las grandes empresas por los que son quienes terminan pagando todo, por lo tanto este objetivo se vuelve muy complejo al tratar de potenciar una economía en donde muchos de los ecuatorianos han logrado sobrevivir.

1.3.3 PRINCIPIOS: Los principios de la economía popular y solidaria están encaminados al desarrollo de una sociedad colectiva y recíproca que busca el bienestar común, en la que los ciudadanos son protagonistas de este cambio participativo y solidario.

Estos principios se sintetizan en⁶:

- a) Búsqueda del buen vivir y del bien común
- b) Prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales
- c) Comercio justo y consumo ético y responsable

⁶Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (Art.4)



- d) Equidad de género
- e) Respeto a la identidad cultural
- f) Autogestión;
- g) Responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas
- h) Distribución equitativa y solidaria de excedentes.

Estos principios pretenden superar la mezquindad económica del mercado, su carácter inequitativo y la concentración de la riqueza.

1.4. FORMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA.

Dentro de las formas de organización que la ley reconoce están los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares. A las cuales las podremos definir de la siguiente manera.

1.4.1 SECTOR COMUNITARIO: Dentro de este sector comunitario podemos mencionar algunas de las organizaciones que forman parte de este sector como son las familiares, identidades étnicas, culturales, urbanas o rurales que mediante el trabajo conjunto, busca la producción de bienes o servicios de una manera solidaria, rigiéndose a los principios que la ley determina.

1.4.2 SECTOR ASOCIATIVO.-Estas están constituidas por personas naturales que realizan actividades económicas productivas o complementarias, mediante el uso de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, comercializando su producción en forma solidaria.



1.4.3 SECTOR COOPERATIVO.-Esta formado por personas que han decidido formar de manera voluntaria una empresa con personalidad jurídica de derecho privado e interés social para satisfacer las diversas necesidades económicas, sociales y culturales que presenten sus socios.

1.4.4 UNIDADES ECONÓMICAS POPULARES: Son aquellas que están formadas por emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales, dedicadas a realizar actividades de producción de bienes y prestación de servicios las mismas que fomentan las asociación y solidaridad.

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo haremos énfasis en las tiendas de barrio que son parte de los comerciantes minoristas, las mismas que se encuentran consideradas como aquellas personas naturales propietarios de pequeños negocios que se dedican a la comercialización de bienes de consumo, los mismos que no pueden exceder de los límites de empleados asalariados.



CAPITULO II

**EVOLUCIÓN DEL SISTEMA
TRIBUTARIO ECUATORIANO**



CAPITULO II

EVOLUCIÓN DEL SISTEMA TRIBUTARIO ECUATORIANO

Durante la presidencia del Dr. Rodrigo Borja, se expidió la Ley de Régimen Tributario Interno la misma que fue creada para racionalizar y limitar la proliferación de ciertos privilegiados, también se trataba de buscar la realidad de los contribuyentes que tenían menores ingresos frente aquellos que tenían mayores ingresos buscando equidad en el pago de sus tributos.

Posteriormente, en la presidencia del Dr. Fabián Alarcón, mediante la Ley No. 41⁷ promulgada en el Registro Oficial No. 206, del 2 de diciembre de 1997, se crea el Servicio de Rentas Internas (SRI), siendo esta una entidad técnica y autónoma, con personalidad jurídica de derecho público, patrimonio y fondos propios, con jurisdicción nacional. La creación del SRI busca incrementar las recaudaciones, reducir la evasión de impuestos e incrementar la moralidad tributaria en los ecuatorianos.

En el mes de agosto de 1998, durante el gobierno del Dr. Jamil Mahuad el Servicio de Rentas Internas inició su gestión, bajo la dirección de la Econ. Elsa de Mena, quien fortaleció el esquema tributario tratando de eliminar los escudos fiscales (tales como: *la renta presuntiva para el sector agrícola, las provisiones que efectúa el sistema financiero para cubrir los créditos concedidos al margen de la Ley de Instituciones Financieras, los pagos que por intereses efectúan los bancos al exterior; y los intereses por costos financieros por pagos a los proveedores de importaciones.*)⁸.

Con la reducción de los mencionados escudos fiscales, se trato de obtener una mayor recaudación, que llegó entre 1998 - 2003 a la cifra record de \$2.908 millones de dólares

⁷LEY DE CREACIÓN DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

⁸<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/sin-escudos-fiscales-se-preve-mayor-recaudacion-16698-16698.html>



Tanto Elsa de Mena como posteriormente su segundo director Vicente Saavedra, buscaron fortalecer los dos pilares tributarios: el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el Impuesto a la Renta (IR).

En la actual administración del Eco. Carlos Marx Carrasco, el Servicio de Rentas Internas, ha reforzado el control tributario de las actividades productivas, especialmente de las más significativas buscando reducir la evasión y mejorar el carácter redistributivo de los impuestos, al considerar que: ***“La base de una buena administración tributaria está ligada al mejoramiento de los recursos técnicos, humanos y económicos. Técnicos, al reforzar los sistemas tanto informáticos como de procesos de la entidad; humanos, al precautelar los derechos del servidor estableciendo el control en sus actos; y económicos, permitiendo la disponibilidad de recursos pero precautelando el uso adecuado de los mismos.”***⁹

El compromiso del SRI no solamente es obtener mayores ingresos para financiar el gasto público si no también mantener una buena recaudación y cumplir con lo establecido en la Constitución Ecuatoriana, en lo referente a:¹⁰

- a. *Financiamiento de servicios, inversión; y bienes públicos*
- b. *Redistribución del ingreso*
- c. *Generación de incentivos*

2.1 PRINCIPIOS TRIBUTARIOS DEL ECUADOR

En lo referente a los principios tributarios, la Constitución Ecuatoriana establece que: ***“El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria, priorizando los impuestos directos y progresivos.”***¹¹

⁹PEREZ DE DAVILA, Tatiana. *La institucionalización del servicio de rentas internas: proyecciones y perspectivas.*

¹⁰Constitución de la República del Ecuador 2008 (Art. 275)

¹¹Constitución de la República del Ecuador 2008 (Art. 300)



Esta renovada filosofía tributaria busca ser coherente con la búsqueda del “Sumak Kawsay”, la promoción del empleo, el impulso a la producción y la redistribución de la riqueza.

2.1.1 PRINCIPIO DE GENERALIDAD

El principio de “**generalidad**”, busca que la política tributaria sea aplicada a toda la población de manera general, es decir que los impuestos deben ser pagados por todos los contribuyentes sin que existan excepciones salvo las establecidas por la propia ley tributaria.

2.1.2 PRINCIPIO DE PROGRESIVIDAD

El principio de progresividad busca que el pago impositivo este acorde con la evolución económica del contribuyente, es decir que respondan o den cuenta de la situación socioeconómica, a medida que incremente su base imponible (*ingresos menos gastos*), aumente también el monto del impuesto a pagar.

2.1.3 PRINCIPIO DE EFICIENCIA

El principio de eficiencia busca tener una administración en la que se trate de utilizar los recursos técnicos, humanos y económicos mejorando de manera sostenida el alcance y la profundización de la recaudación tributaria, referida específicamente a su cobertura. Donde prime la voluntad de pago sobre la presión punitiva.

2.1.4 PRINCIPIO DE SIMPLICIDAD ADMINISTRATIVA

La creación de este principio está dirigida a brindar facilidad a los contribuyentes al momento de realizar sus declaraciones y pagos, evitando demoras y costos innecesarios, fortaleciendo la cultura tributaria del país.

El Servicio de Rentas Internas ha realizado una serie de reformas entre las que podemos mencionar:



- Implementación de un sistema informático de declaración vía internet, que elimina la necesidad de movilización y adquisición de formularios.
- Establecimiento del Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), que permite realizar los pagos mediante cuotas mensuales.

2.1.5 PRINCIPIO DE IRRETROACTIVIDAD

Este principio rige para un evento futuro, sin que existan efectos retroactivos que afecten la confianza de los contribuyentes.

El Código Tributario en su Art. 10 señala: “[...] *las normas que se refieran a tributos cuya determinación o liquidación deban realizarse por períodos anuales, como acto meramente declarativo, se aplicarán desde el primer día del siguiente año calendario, y, desde el primer día del mes siguiente, cuando se trate de períodos menores.*”¹²

Es decir que los contribuyentes podrán efectuar sus actividades tributarias en los periodos ya determinados por la ley como por ejemplo, el pago del impuesto a la renta que se cumple desde el primer día del siguiente año.

En las leyes que se refieran a tributos, la determinación o liquidación que deba realizarse por períodos anuales así por ejemplo, el impuesto a la renta, las disposiciones son aplicables desde el primer día del siguiente año calendario, y si la determinación o que la liquidación deba realizarse por períodos menores, se aplicarán desde el primer día del mes siguiente.

2.1.6 PRINCIPIO DE EQUIDAD

Al aplicar el principio de equidad se trata de buscar el pago justo y equitativo de tributos que los contribuyentes realizan conforme a su capacidad económica.

2.1.7 PRINCIPIO DE TRANSPARENCIA

Con este principio se pretende que el Servicio de Rentas Internas presente información clara de su gestión a todos los ciudadanos. Respondiendo al principio constitucional

¹² Código Tributario (Art. 10)



que sostiene en el Art 83 que: *“Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley: [...] asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad y a la autoridad, de acuerdo con la ley [...]”*¹³

Como se puede ver este artículo se vincula con el principio de transparencia ya que su objetivo es hacer cumplir los deberes y responsabilidades que han sido impuestos a los ecuatorianos.

2.1.8 PRINCIPIO DE SUFICIENCIA RECAUDATORIA

Este principio está orientado a que el financiamiento del gasto público sea suficiente, es decir que lo recaudado cubra con los servicios que presta el Estado como: educación, vivienda, salud, vialidad, etc., siendo éstos para beneficio de los ecuatorianos.

2.2 ESTRUCTURA DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO ECUATORIANO AL 2012

La estructura del régimen tributario ecuatoriano, está diseñado en el marco de las políticas económicas fiscales que como recordaremos son parte del manejo macroeconómico que busca evitar fluctuaciones y suavizar la existencia de los famosos ciclos económicos, especialmente en lo referente a afectación al empleo, mantenimiento de niveles de inflación bajos y fomento de la producción.

En este sentido es importante ubicar al régimen tributario dentro de las políticas económicas, según el siguiente esquema:

- **Política monetaria.**_ Con esta política se busca un control en el sistema monetario para poder conseguir estabilidad del valor del dinero.

- **Política Fiscal.**_ Esta política ayuda al Estado en la recaudación de ingresos mediante disposiciones que este realiza, dentro de esta política existen dos

¹³Constitución de la República del Ecuador 2008 (Art. 83)



componentes que son: **el gasto e ingreso público** los mismos que producen cambios al tratar de mantener estabilidad en el Estado Ecuatoriano.

Para cumplir con el instrumento de política fiscal es importante crear conciencia tributaria en el que los ecuatorianos ofrezcan el pago de sus tributos como un acto de contribución al sostenimiento y desarrollo del país, en busca del bien común.

Para ello es importante señalar una definición clara de tributo: *“Son prestaciones en dinero, bienes o servicios, determinados por la Ley, que el Estado recibe como ingresos en función de la capacidad económica y contributiva del pueblo, los cuáles están encaminados a financiar los servicios públicos y otros propósitos de interés general.”*¹⁴

Los tributos que paga cada ciudadano ayudan al sostenimiento del Estado Ecuatoriano y éste a su vez pueda financiar los servicios públicos como la educación, salud, seguridad, entre otros.

Los tributos pueden ser pagados a través de:

2.2.1 Impuestos.- Es la forma más importante de recaudación para el Estado, ya que constituye la fuente principal de ingresos para el país. Estos impuestos se clasifican en:

2.2.1.1 Impuestos Directos.- Son todos aquellos que el Estado recibe de los ingresos, ganancias o patrimonio de las personas ya sean naturales o jurídicas, los cuales se clasifican en:

a) **Impuesto a la Renta.-** Según el Art. 1 de la Ley de Régimen Tributario Interno, “[...] *el Impuesto a la renta es el tributo que grava la renta global que obtengan las personas naturales, la*

¹⁴ SRI. Equidad y Desarrollo. Libro del Futuro Contribuyente Bachillerato. 5° ed. Quito, 2012



*sucesión de indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente ley.*¹⁵, es decir grava la ganancia que una persona ha generado en su actividad económica durante el año.

- b) **Impuesto Ingresos Extraordinarios.-** *“Son aquellos recursos de carácter excepcional que provienen de la enajenación de bienes nacionales, de la concertación de créditos externos e internos o de la emisión de moneda [...]”*¹⁶ Son recursos que provienen de actos imprevistos, para cubrir gastos también imprevistos.
- c) **Impuesto a los Vehículos Motorizados.-** Es el impuesto anual que debe pagar el propietario de un vehículo motorizado de transporte terrestre.
- d) **Salida de Divisas.-** Es el impuesto que se carga sobre el valor de todas las operaciones y transacciones monetarias que se realicen al exterior, y su tarifa es del 1%.
- e) **Activos en el exterior.-** Comprende los derechos o tenencias financieras de residentes extranjeros frente a no residentes. Refleja el objetivo del inversionista en obtener una participación significativa y duradera en una empresa no residente.
- f) **RISE.-** Es un sistema impositivo cuyo objetivo es facilitar y simplificar el pago de impuestos de un determinado sector de contribuyentes.
- g) Regalías, patentes y utilidades de conservación minera.
- h) **Tierras Rurales.-** Es aquella que se utiliza única y exclusivamente para el ejercicio de un negocio sustancial de la producción primaria, donde existe un menor nivel de prestación de servicios. Art. 4 *“Para el cálculo del impuesto se considerará como base imponible el área del inmueble determinada en el catastro que para el efecto elaborará el Servicio de Rentas Internas con la información anual que le proporcionarán los Municipios del país y el Ministerio de*

¹⁵ Ley de Régimen Tributario Interno. (Art. 1)

¹⁶ <http://www.definicion.org/ingresos-extraordinarios>



*Agricultura y Ganadería*¹⁷. Este impuesto es solamente para aquellos contribuyentes este tipo de terrenos.

2.2.1.2 Impuestos Indirectos.- Son los que se perciben de la comercialización de bienes y servicios. A estos impuestos se los puede clasificar de acuerdo a la equidad de recaudación en:

- a) **Impuesto al Valor Agregado.**- Es un impuesto indirecto que se aplica sobre el consumo y que resulta financiado por el consumidor final.
- b) **Impuesto a los Consumos Especiales.**- Se establece como una tarifa que grava consumos específicos de bienes y servicios nacionales e importados, por ejemplo cigarrillos, cervezas, vehículos, perfumes entre otros.

2.2.2 Tasas.- *“Son tributos exigibles por la prestación directa de un servicio individualizado al contribuyente por parte del Estado, esta puede ser efectiva o potencial, en cuanto a que si el servicio está a disposición, el no uso no exime su pago.”*¹⁸ Para la fijación de las tasas se tendrá en cuenta, la capacidad económica de las personas que deben satisfacer dichas tasas.

2.2.3 Contribuciones Especiales.- Son pagos que el contribuyente debe realizar por el beneficio obtenido, ya sea de una obra pública u otra prestación social estatal determinada, que tiene como destino la financiación del mismo.

¹⁷http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&task=view&id=4106

¹⁸ SRI. Equidad y Desarrollo. Libro del Futuro Contribuyente Bachillerato. 5° ed. Quito, 2012



2.3 REFORMAS TRIBUTARIAS EN EL GOBIERNO DE RAFAEL CORREA

Durante este gobierno se ha tratado de incrementar los ingresos a través de nuevas reformas tributarias como: “*Incrementar el impuesto a la salida de divisas, grabar con impuestos a los dividendos de los accionistas de las empresas por concepto de utilidades, establecer un impuesto mínimo al uso de los servicios públicos por parte de las empresas y cambiar el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) que pagan cigarrillos, bebidas alcohólicas y gaseosas [...]*”¹⁹

En la salida de divisas se incrementará de un 2% a un 5%, mientras que para el ICE se verán reflejados en los cigarrillos en ¢0,08 por unidad; a las bebidas alcohólicas \$6,20 por litro de alcohol puro; también las botellas plásticas tendrán un incremento de ¢0,02 por unidad, los automóviles dependiendo de su cilindraje deberán pagar un impuesto extra con el fin de preservar el medio ambiente, el gobierno también ha pensado incrementar un 2% de las ventas totales de banano.

Con estos incrementos se pretende tener una mayor recaudación, con el fin de mejorar la salud pública y la educación, mejorando la equidad en el Ecuador y reduciendo la evasión tributaria por parte de los contribuyentes.

REGIMEN IMPOSITIVO SIMPLIFICADO DEL ECUADOR

2.4 ESTABLECIMIENTO DEL RÉGIMEN IMPOSITIVO SIMPLIFICADO

Debido a un alto nivel de informalidad que existe en el Ecuador, según estadísticas del Ministerio de Coordinación de la Política Económica: “*El sector informal está compuesto por 67.3% de subempleados y 32% de empleados plenos.*”²⁰

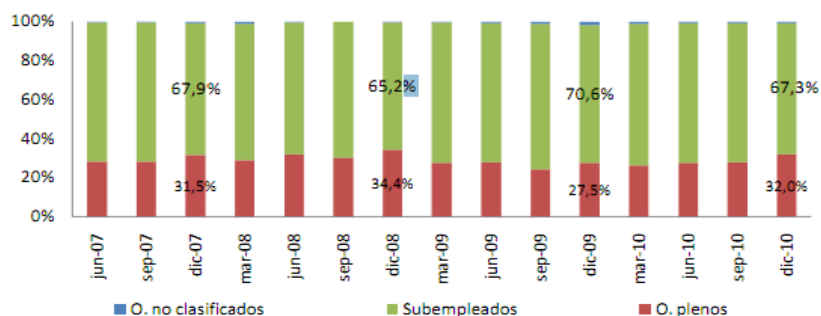
¹⁹http://www.cip.org.ec/frontEnd/images/objetos/Julio_2009_1.PDF

²⁰ Coordinación de Consistencia Macroeconómica. Ministerio Coordinador de la Política Económica. Marzo 2011

GRAFICO N° 1 COMPOSICIÓN DE LOS MERCADO INFORMALES

Periodo: Marzo 2011

(Porcentaje)



Fuente: http://www.mcpe.gob.ec/MCPE/documentos/Informalidad%20y%20subempleo%202011_03.pdf

Elaboración: Ministerio de Coordinación de la Política Económica.

La informalidad incrementó por la crisis que sufrió el país a finales de la década de los noventa y la migración de personas del campo a la ciudad en busca de trabajo formando así negocios informales, los mismos que daban origen a un empleo informal.

Para mejor comprensión del tema cabe señalar que sector informal *“son los negocios o unidades económicas en pequeña escala, con bajo nivel de organización y tecnología obsoleta o artesanal[...], Las actividades del sector informal son legales en sí mismas, sin embargo, pueden y en general es así, llevarse a cabo sin cumplir todos los requerimientos legales: licencias y registros por falta de conocimiento, o por imposibilidad de satisfacer todos los requerimientos que las leyes o regulaciones exigen.”*²¹, es decir son aquellas unidades de producción que realizan sus actividades sin que una ley las controle o administre ya sea por falta de conocimiento o por no poder cumplir con todo lo que la ley exige.

Por tal razón para poder regular a este sector informal el Estado según *“Suplemento del Registro Oficial No. 242 de 29 de diciembre del 2007, se publicó la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador”*²² dentro de la cual nace el Régimen

²¹ <http://www.definicion.org/sector-informal-de-la-economia>

²² Reglamento a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno



Impositivo Simplificado del Ecuador (RISE) con ayuda del Servicio de Rentas Internas buscan crear cultura tributaria en el país.

Por ser el (RISE) el tema primordial en este trabajo investigativo, es necesario mencionar la definición que el SRI sugiere de este nuevo sistema: *“Es un nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país”*²³.

Este sistema busca formalizar a aquellos sectores que no realizan actividades según exige la ley, permitiendo al contribuyente facilitar el pago de sus impuestos, logrando de esta manera la inscripción voluntaria de aquellas personas que no cumplían con sus obligaciones tributarias.

Este nuevo régimen se encuentra vigente a partir del 1 de agosto de 2008, el cual está dirigido a pequeños negocios y a personas naturales que realizan actividades económicas informales, al cual podrán ingresar de manera voluntaria, siempre y cuando cumplan con las condiciones establecidas en la Ley de Régimen Tributario Interno, las mismas que se darán a conocer posteriormente.

Cabe indicar los beneficios que este sistema ofrece al contribuyente²⁴:

- No necesita hacer declaraciones.
- Se evita que le hagan retenciones de impuestos.
- Entregar comprobantes de venta simplificados.
- No tendrá obligación de llevar contabilidad.
- Por cada nuevo trabajador que se incorpore a la nómina y que sea afiliado en el IEISS, se podrá descontar un 5% de su cuota, hasta llegar a un máximo del 50% de descuento.

²³<http://www.sri.gob.ec/web/guest/230@public>

²⁴<http://www.sri.gob.ec/web/10138/304>



Estos beneficios ayudan al contribuyente a reducir gastos y ahorrar tiempo al momento de cumplir con su obligación tributaria, sobre todo hace más fácil realizar actividades económicas a aquellos contribuyentes que no tienen el conocimiento suficiente como por ejemplo para emitir facturas.

El pago de cuotas que establece el RISE “*están calculadas en función del tipo de actividad que desarrolla y del nivel de ingresos que tiene el contribuyente*”²⁵, para una mejor comprensión a continuación se indicarán las actividades con sus respectivas cuotas.

TABLA 1: ACTIVIDADES Y SUS RESPECTIVAS CUOTAS DE PAGO

Periodo: 2011-2012

(En dólares)

INGRESO ANUAL		CUOTA MENSUAL POR ACTIVIDAD						
Mínimo	Máximo	Comercio	Servicios	Manufact	Construc.	Hotel y restaurant	Transport	Agrícola, Minas y canteras
0	5000	1.17	3.5	1.17	3.5	5.84	1.17	1.17
5001	10000	3.5	18.67	5.84	12.84	22.17	2.33	2.33
10001	20000	7	37.34	11.67	26.84	44.35	3.5	3.5
20001	30000	12.84	70.02	21.01	50.18	77.02	4.67	5.84
30001	40000	17.51	106.2	29.18	71.19	122.54	15.17	9.34
40001	50000	23.34	152.88	37.34	110.87	168.05	31.51	14
50001	60000	30.34	210.06	57.52	157.55	212.4	57.18	17.51

Fuente: SRI. Equidad y Desarrollo. Libro del Futuro Contribuyente Bachillerato. 5° ed. Quito, 2012

Elaboración: *Las autoras*

2.5 Procedimientos y Operatividad del RISE

Para poder inscribirse en el RISE (Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano) los contribuyentes deben ser:

- Personas naturales
- Sus ingresos no deben ser mayores a USD 60.000 en el año. no tener más de 10 empleados a su cargo
- Si trabaja bajo relación de dependencia su ingreso no debe superar la fracción básica del Imp. A la Renta gravada con tarifa 0%, para cada año

²⁵ SRI. Equidad y Desarrollo. Libro del Futuro Contribuyente Bachillerato. 5° ed. Quito, 2012



- El contribuyente no debe dedicarse a las actividades restringidas determinadas por el SRI
- No haber sido durante los últimos 3 años agente de retención.

Si los contribuyentes cumplen con las condiciones ya mencionadas deben acercarse a las oficinas del SRI y presentar los siguientes documentos para su inscripción.

Requisitos:

- Presentar Cédula de ciudadanía original y entregar copia a color de la misma.
- Presentar último certificado de votación.
- Presentar la factura de agua, luz o teléfono, o algún documento que certifique el domicilio del local comercial o la vivienda.

No pueden ingresar al RISE las personas naturales que desarrollen las siguientes actividades:

- a) Agenciamiento de Bolsa;
- b) Propaganda y publicidad;
- c) Almacenamiento o depósito de productos de terceros;
- d) Organización de espectáculos públicos;
- e) Libre ejercicio profesional que requiera título terminal universitario;
- f) Agentes de aduana;
- g) Producción de bienes o prestación de servicios gravados con el Impuesto a los Consumos Especiales;
- h) Personas naturales que obtengan ingresos en relación de dependencia, salvo lo dispuesto en esta Ley;
- i) Comercialización y distribución de combustibles;
- j) Impresión de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios realizados por establecimientos gráficos autorizados por el SRI;
- k) Casinos, bingos y salas de juego; y,
- l) Corretaje de bienes raíces;
- m) Arrendamiento de Bienes muebles e inmuebles
- n) Comisionistas.

Los contribuyentes inscritos en el RISE deben entregar comprobantes de venta simplificados, los mismos que deben ser autorizados por el SRI sean estas notas de venta o ticket de máquina registradora, en los cuales no se desglosara el (IVA 12%).



Los contribuyentes están en la obligación de entregar comprobantes de venta por transacciones superiores a US\$ 12,00, sin embargo si el consumidor solicitare el comprobante de venta por cualquier valor que fuera deberá ser entregado.

Al cierre del día, se deberá emitir una nota de venta por las transacciones realizadas por cantidades inferiores o iguales a US\$ 12,00.

Modelo de Nota de Venta

NOTA DE VENTA - RISE

Periodo: 2011-2012

EL BUEN PAN JUAN EFRAÍN PÉREZ LARA Contribuyente Régimen Simplificado		R.U.C.	1717888713001
Dirección Matriz: Pérez N22-53 y Ramírez Dávalos Dirección Sucursal: García Moreno y Sucre		NOTA DE VENTA - RISE NO. 002- 001 - 123456789	
FECHA DE AUTORIZACIÓN: 01 - 08 - 2010		AUT. SRI:	1234567890
Sr (es):	Carlos Enrique Avilés Canasco	R.U.C./C.I.	170123456-7
FECHA:	26 de Septiembre de 2010		
CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	V. TOTAL
1	Flash Memory	20,00	20,00
VALOR TOTAL			20,00
Carlos Angel Bolívar Mora / Imprenta Bolívar RUC: 1709876543001 / No. Autorización 1234		VÁLIDO PARA SU EMISIÓN HASTA 01 - 08 - 2011	
Original: Adquirente / Copia: Emisor		DOCUMENTO PARA USO EDUCATIVO (SIN VALIDEZ COMERCIAL).	
NOTAS:	REQUISITOS DE LLENADO		
	REQUISITOS PREIMPRESOS		

Estos comprobantes sirven para respaldar gastos, siempre y cuando estos gastos estén determinados en la Ley, también sirven para deducir el Imp. A la renta, Estos comprobantes no sustentan crédito tributario porque no desglosa ni registra el (IVA 12%).

FUENTE: www.sri.gob.ec/web/guest/230@public

ELABORACIÓN: SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Los contribuyentes tienen también la obligación de realizar los pagos de las cuotas que ha determinado el SRI, los mismos que deben ser pagados dentro de la fecha que corresponda según al noveno dígito del RUC. Como se explica en la siguiente tabla:



TABLA 2: FECHAS PARA EL PAGO DE IMPUESTOS
(En meses)

<u>NOVENO DÍGITO DEL RUC</u>	<u>FECHA MÁXIMA DE PAGO</u>
1	10 de cada mes
2	12 de cada mes
3	14 de cada mes
4	16 de cada mes
5	18 de cada mes
6	20 de cada mes
7	22 de cada mes
8	24 de cada mes
9	26 de cada mes
0	28 de cada mes

Fuente: www.sri.gob.ec/web/guest/31@public

Elaboración: Las autoras

Se puede realizar un convenio de débito en donde automático en donde se le debite al contribuyente mensualmente el valor que le corresponde pagar según la fecha establecida, el contribuyente debe firmar previamente un convenio de Débito Automático debiendo ser este entregado en las oficinas del SRI.

TABLA 3: Sanciones por no pagar las cuotas-RISE

<u>CUOTAS NO PAGADAS</u>	<u>SANCIÓN</u>
3 cuotas	Clausurado
6 cuotas	Es excluido, hasta después de 24 meses

Fuente: www.sri.gob.ec/web/guest/230@public

Elaboración: Las autoras

Los contribuyentes que no realizan el pago de sus cuotas pueden perder los beneficios que este les brinda como por ejemplo deberán presentar formularios de declaraciones mensuales, semestrales (IVA) o anuales (RENTA), no se Encontraran exentos de las retenciones en la fuente de impuestos, deberán emitir facturas con datos completos de los clientes.



CAPITULO III

**SECTOR POPULAR TIENDAS
DE BARRIO DEL ÁREA
URBANA DE LA CIUDAD DE
CUENCA**

CAPITULO III

SECTOR POPULAR TIENDAS DE BARRIO DEL ÁREA URBANA DE LA CIUDAD DE CUENCA



Cuenca conocida también como Santa Ana de los Cuatro Ríos, está ubicada en el sur de la República del Ecuador siendo capital de la provincia del Azuay, ésta se divide en tres áreas: Centro Histórico, Ciudad Contemporánea y Zona Rural.

Cuenca, en el año de 1957 se encontraba en un periodo de transición hacia el nacimiento de una ciudad contemporánea, la misma que trajo consigo transformaciones culturales, económicas, sociales y medio ambientales, resultados de incontables procesos de modernización vividos en las últimas cinco décadas trayendo consigo el turismo, la migración y la globalización a nuestra ciudad, por lo que podemos observar en el centro de la ciudad hoteles de lujo, agencias de viaje, heladerías, restaurantes, farmacias y productos artesanales, al alejarnos del centro histórico nos encontramos con casas modernas, picanterías, salones, panaderías, sastrerías, y tiendas, pero también se ha venido dando la inclusión de nuevos negocios como los café-nets, cabinas telefónicas y lavanderías automáticas.

Las tiendas de barrio son un mercado muy explotado, las personas optan por este negocio por qué no se requiere de experiencia para administrarlo, en estos establecimientos comerciales se venden artículos de primera necesidad los mismos que tienen una alta demanda debido a un gran porcentaje de amas de casa que realizan sus



compras en tiendas haciéndolas así responsables del movimiento del mercado del consumo nacional.

Por otra parte la oferta existente en el mercado y la adquisición de estos productos que lo realizan a través de terceros, refleja para los dueños ingresos mínimos.

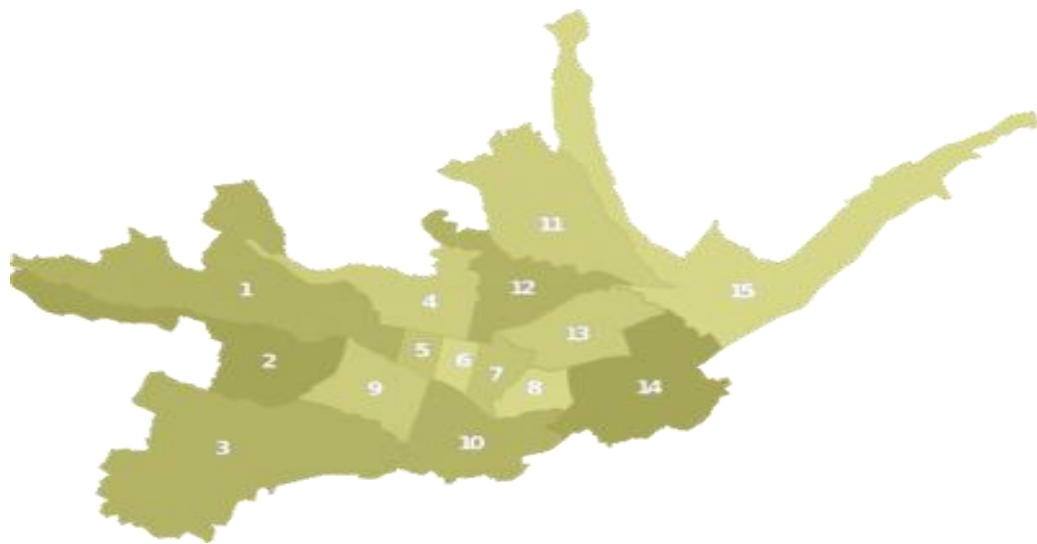
Las tiendas de barrio en cierto modo tienen origen debido a problemas socioeconómicos que enfrentaban los habitantes como: limitaciones de recursos económicos y bajas oportunidades de empleo, y a pesar de las mejoras que ha tenido la economía del Ecuador como el aumento del salario mínimo vital vigente, un incremento en el bono de desarrollo humano, las familias siguen buscando la manera de generar ingresos a través de tiendas instaladas en su propia casa, siendo este sector comercial donde se sigue generando mayor trabajo informal.

Ante un modelo de desarrollo que busca acumular y concentrar la riqueza en pocas manos, se presenta la “Economía Popular y Solidaria” el cual por medio de procesos de producción y distribución, permitirá que cada persona contribuya con nuevas iniciativas y acciones a generar un desarrollo económico y social que beneficie equitativamente a la persona y la colectividad, es por eso que el gobierno ha tratado de considerar este tipo de negocios dentro de su modelo de desarrollo en el que se pretende rescatar valores tales como la solidaridad, la democracia, la participación, la autonomía, la equidad, la justicia, la confianza en busca del “buen vivir”

3.1 PARROQUIAS DE CUENCA

El cantón Cuenca cuenta con 21 parroquias rurales y 15 parroquias urbanas divididas de la siguiente forma:

1. San Sebastián	6. El Sagrario	11. Hermano Miguel
2. El Batán	7. San Blas	12. El Vecino
3. Yanuncay	8. Cañaribamba	13. Totoracocha
4. Bellavista	9. Sucre	14. Monay
5. Gill Ramírez Dávalos	10. Huayna Capac	15. Machángara



El presente proyecto se enfocará en las 15 parroquias urbanas anteriormente señaladas.

3.2 LA INDUSTRIA EN LA CIUDAD DE CUENCA





La actividad industrial surgió a mediados del siglo anterior, con el establecimiento de pequeñas y medianas empresas, dedicándose a la comercialización de diversos productos, logrando aumentar la economía cuencana, hoy en día estas industrias están ubicadas en el Parque Industrial, en donde se encuentran empresas como: CARTOPEL, PANESA, Coca-Cola, Nutrileche, entre otras, siendo distribuidoras de todo el país.

Actualmente, se ha pensado en el desarrollo económico de la ciudad de Cuenca en donde se tratará de buscar un nuevo suelo industrial, beneficiándose de este pequeño proyecto las pequeñas y medianas industrias que no cuentan con un suelo industrial, siendo de mayor prioridad las que se encuentran en el Plan Nacional de Reactivación Productiva.

3.3 EL SECTOR COMERCIAL EN CUENCA

En la ciudad de Cuenca el comercio es muy notorio debido a la producción de sombreros de paja toquilla, cerámica, línea blanca, joyería, textiles, llantas, licores, etc.

Para Cuenca los rubros más importantes son la producción de cerámica, textil y la elaboración de sombreros de paja toquilla, ya que representan ingresos significativos para la ciudad, sin embargo no podemos dejar de lado las grandes industrias que se dedican a la elaboración de llantas y línea blanca (INDUGLOB), que aportan con este ingreso.

En la Ciudad de Cuenca el comercio durante los últimos años ha tenido un auge ya que la apertura de lugares comerciales como: Mall, Minimarkets, tiendas de abarrotes, cabinas telefónicas, CYBER, bazares se ha visto reflejado notoriamente en las calles de la ciudad.

3.4 IDENTIFICACIÓN DE LAS TIENDAS DE BARRIO

“Hoy en día la tienda de barrio es el punto focal dentro de la comunidad porque distribuye los elementos necesarios como los víveres a todas las personas del sector, es además el lugar donde tienen el registro de nuestros nombres y nuestros estados de cuenta en el cual tenemos crédito al no tener un trabajo o simplemente porque nos



conocen, allí se hacen comentarios breves acerca de la vida diaria o de algún suceso en el barrio, ese rasgo que nos hace humanos, el hecho de intercambiar un saludo con alguien que conoces, ese rasgo que forma parte de la idiosincrasia de los cuencanos se va transformando o mutando con las nuevas transformaciones que vive la ciudad”²⁶

Las tiendas de barrio son aquellos negocios pequeños en donde se puede encontrar productos de primera necesidad para el consumo diario de los hogares brindando un mejor acceso de sus productos creando un lazo de amistad y amabilidad entre el tendero y el consumidor final.

Por otra parte en las tiendas de barrio se expresa la solidaridad, la colaboración entre los vecinos ya que se puede adquirir los alimentos que se requiere para el diario vivir a través de un crédito que otorgan los tenderos con el fin de aliviar las necesidades, lejos de la influencia de la publicidad y el marketing.

Este tipo de actividad comercial está dirigido a clientes de estratos económicos bajos y medios así como también ayuda al desarrollo económico de la economía nacional

En los últimos años se ha tratado de realizar programas en los que incentive a los dueños de éstas tiendas a brindar productos nutritivos y de calidad, es por esta razón que el gobierno creó el programa socio-tienda, en donde se trata de mantener los precios estables y mejorar la capacidad de compra por parte de los consumidores de bajos recursos económicos.

Los propietarios de éstas tiendas se beneficiarán por el crédito otorgado, capacitación y provisión de productos a precios bajos, el cual permitirá mejorar su capacidad operativa, obteniendo una mayor variedad de productos permitiendo el crecimiento de su negocio.

²⁶ PANGOL, León Nidia. *Tiendas de Barrio al Mall*. 2009



3.4.1 Tiendas de barrio en la ciudad de Cuenca

La tienda tradicional de Cuenca que hace años atrás estaba ubicada en el primer piso de las casas de adobe, con suelo generalmente de tierra y muy rara vez de ladrillo, siendo para los extranjeros su gran atracción, está por desaparecer del paisaje cuencano. Con el transcurso de los años han sido desplazadas del centro histórico por la circulación de las personas en determinadas horas.

Los comerciantes por lo general atienden sus negocios en el día, dirigiéndose a sus domicilios en la noche y las pocas tiendas que hoy en día se encuentran en el centro histórico cubren la entrada con barrotes metálicos, dejando una pequeña apertura para la atención al cliente debido a los altos índices de delincuencia, razones por las cuales las tiendas se ven en la necesidad de desplazarse a la periferia de la ciudad en donde se encuentra un mayor movimiento de la gente para su sobrevivencia.

Hoy en día las tiendas de barrio se ven desplazadas por los grandes supermercados como: Supermaxi, GranAkí, Megatienda del Sur, entre otros, ya que éstos ofrecen mayor diversidad de productos y precios bajos, logrando una nueva etapa en el desarrollo de la economía de la ciudad.

3.5 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para el análisis sobre el impacto económico que genera el RISE en el sector popular tiendas de barrio del área urbana en la ciudad de Cuenca, se tomará una pequeña muestra de las tiendas de barrio cuya población es 2160, la cual obtendremos mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2(N-1) + \sigma^2Z^2}$$



$$n = \frac{(2160)(0.5)^2(1.96)^2}{(0.05)^2(2160 - 1) + (0.5)^2(1.96)^2}$$

$$n = \frac{(2074.464)}{6.3579}$$

$$n = 326.28$$

La aplicación de ésta fórmula refleja una muestra de 326 tiendas de barrio, a las cuales se aplicará la encuesta que servirá para el análisis respectivo.



CAPITULO IV

**ANALISIS DEL IMPACTO
ECONÓMICO QUE GENERA EL
RISE EN EL SECTOR POPULAR
TIENDAS DE BARRIO DEL
AREA URBANA EN LA CIUDAD
DE CUENCA EN EL PERIODO
2007-2011**



CAPITULO IV

ANALISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO QUE GENERA EL RISE EN EL SECTOR POPULAR TIENDAS DE BARRIO DEL AREA URBANA EN LA CIUDAD DE CUENCA EN EL PERIODO 2007- 2011

Para el desarrollo del análisis del impacto económico del Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano en el sector popular tiendas del barrio del área urbana en la ciudad de Cuenca en el período 2007-2011, se han aplicado 326 encuestas y entrevistas a expertos, las mismas que permitieron obtener un enfoque importante para la presente investigación.

En las entrevistas realizadas al Ing. Xavier Rodríguez funcionario del SRI, y al Ing. Fernando Oyervide Master en Tributación Fiscal, se trató sobre su apreciación técnica respecto a: objetivo y naturaleza del RISE, ventajas y dificultades en su aplicación, limitaciones y potencialidades del sistema y sobre todo cual es el beneficio de la aplicación de este nuevo sistema tributario para el desarrollo de la economía nacional.

Según los especialistas, este nuevo régimen es un sistema sencillo y sin complicaciones para los contribuyentes al momento de tributar, el mismo que ha influenciado mucho en la ciudad de Cuenca gracias a la aceptación que ha tenido, ya que ahorra tiempo a los contribuyentes los mismos que no experimentan inconvenientes de sistemas complejos como el anterior, no obstante, también existen desventajas como: el tener un límite en varios aspectos, entre ellos el volumen de ventas y gastos y el número de empleados.

Por otra parte este sistema no es muy aceptado por las sociedades o personas obligadas a llevar contabilidad debido a que en el momento de realizar transacciones comerciales con los contribuyentes afiliados a este régimen, éstas sociedades no pueden realizar retenciones a dichos contribuyentes, como también el documento que ellos emiten (NOTA DE VENTA) no genera derecho a crédito tributario.



4.1 EL EFECTO DEL ESTABLECIMIENTO DE ÉSTE NUEVO SISTEMA DE TRIBUTACIÓN EN LAS TIENDAS DE BARRIO DEL ÁREA URBANA EN LA CIUDAD DE CUENCA

Según estudios realizados por la Secretaría Regional del Servicio de Rentas Internas del Austro, el número de contribuyentes inscritos en el RISE cuya actividad económica es la venta al por mayor y menor de bebidas y alimentos de primera necesidad en el área urbana de la ciudad de Cuenca, para el año 2007 fue de 98 inscritos, cifra que ha crecido significativamente para los años 2008, 2009 y 2010 con un número de inscritos de 501, 526 y 738 respectivamente, mientras que para el año 2011 esta cifra descendió a 567, debido a que ciertos contribuyentes no cumplían con los requerimientos establecidos para pertenecer al RISE, razón por la cual para el año 2011 fueron excluidos 263 contribuyentes.

CONTRIBUYENTES INSCRITOS EN EL RISE POR AÑO

Número de contribuyente por año	2007	2008	2009	2010	2011
Contribuyentes	98	501	526	738	567
Tasa de crecimiento		311,22%	4,99%	40,30%	-23,17%

Fuente: Estadísticas SRI Regional Austro sistema Oracle Discoverer

Elaboración: Las autoras

Para un estudio más amplio del impacto económico de éste nuevo sistema tributario RISE se han realizado durante cuatro semanas la aplicación de encuestas a 326 tiendas de barrio del área urbana de la ciudad de Cuenca, comprendida por las siguientes parroquias: San Sebastián, El Batán. Yanuncay, Bellavista, Gill Ramírez Dávalos, El Sagrario, San Blas, Cañaribamba, Sucre, Huayna Capac, Hermano Miguel, El Vecino, Totoracocha, Monay y Machángara.

La aplicación de encuestas permitió analizar varios aspectos, entre ellos la acogida del RISE según sus características específicas, el mismo que permitirá conocer el porque los contribuyentes optaron por inscribirse en el RISE.

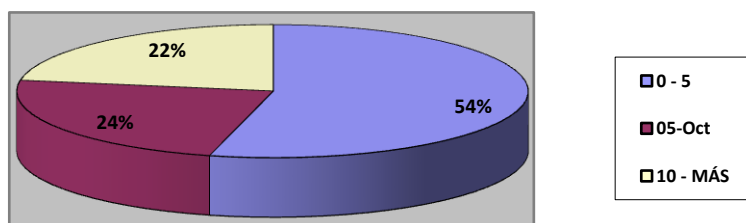
4.1.1 ACOGIDA DEL RISE EN LAS TIENDAS DE BARRIO DE LA CIUDAD DE CUENCA SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS

En la información obtenida se puede apreciar que se trata de negocios de constitución reciente, es decir un 54% no tiene más de 5 años de existencia, sin embargo también es importante destacar que existen negocios consolidados de más de 5 años e incluso llegan a los 10 años de existencia y cubren el 46% de los negocios existentes, (GRAFICO N°3).

TABLA N° 5: TIEMPO DE VIDA DEL NEGOCIO EN EL MERCADO
A Junio del 2012
(En años)

TIEMPO EN AÑOS	0 – 5	5 – 10	10 - MÁS	TOTAL
Número de Negocios	176	77	73	326

GRAFICO N°3 TIEMPO DE VIDA DEL NEGOCIO EN EL MERCADO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio
Elaboración: Autoras



Los resultados evidencian que las Tiendas de Barrio constituyen una alternativa económica de complemento de los ingresos familiares y lucha contra el desempleo.

Por otra parte la TABLA N° 6 demuestra que al tratarse de negocios de constitución reciente se complementa con el uso de locales arrendado.

TABLA N° 6: PROPIEDAD DEL LOCAL PROPIO o ARRENDADO

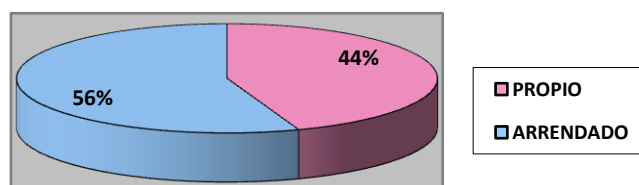
A Junio del 2012

(En Cifras)

PROPIO	ARRENDADO	TOTAL
145	181	326

Por ser negocios constituidos recientemente, un 56% de estos negocios optan por arrendar locales debido a que no cuentan con capital suficiente para tener un local propio, por otro lado también esta la necesidad de buscar un local que sea bastante comercial el cual permita mejorar sus ingresos dentro de un mercado competitivo.

GRAFICO N° 4 PROPIEDAD DEL LOCAL PROPIO o ARRENDADO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

De la misma forma, se puede observar que existe una relación entre el nivel de estudios alcanzados y el tipo de negocio que ejercen las personas, se puede observar en el (GRAFICO N° 5) que el 43% de las personas que tienen este tipo de negocios poseen un nivel bajo en sus estudios, sin embargo el 2% de éstas personas que no poseen ningún



grado de estudio han podido sobresalir con esta alternativa de ocupación que no demanda mayor capacitación.

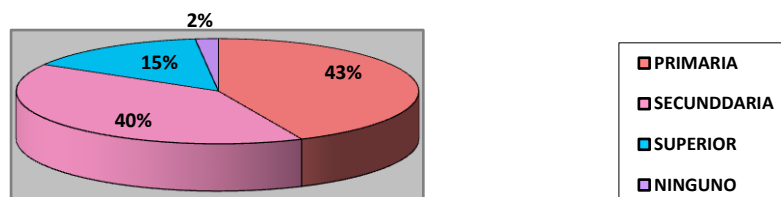
TABLA N^o 7: NIVEL DE INSTRUCCIÓN ACADEMICA DE LOS PROPIETARIOS DE TIENDAS DE BARRIO

A junio del 2012
(Número de propietarios)

PRIMARIA	SECUNDDARIA	SUPERIOR	NINGUNO	TOTAL
141	131	48	6	326

Estos datos nos indican la limitación que tiene esta actividad comercial, el mismo que no permite generar un mayor desarrollo.

GRAFICO N^o 5 NIVEL DE INSTRUCCIÓN ACADEMICA DE LOS PROPIETARIOS DE TIENDAS DE BARRIO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

Cuando el nivel de instrucción es alto se puede observar una mejora sensible en el tipo de atención, la organización y disposición de la mercancía, el manejo contable y registro de cuentas, lo que permite de esta manera que el horizonte de estos negocios se amplíe existiendo mayor posibilidad de apertura y desarrollo.



4.1.2 RISE COMO ALTERNATIVA DE INCORPORACIÓN TRIBUTARIA EN LAS TIENDAS DE BARRIO

El RISE es una alternativa de incorporación tributaria para este sector específico, debido a que no demanda de mayor capacitación al momento de cumplir con las obligaciones tributarias.

TABLA N°8: REGIMEN IMPOSITIVO AL CUAL SE ACOGEN LAS TIENDAS DE BARRIO

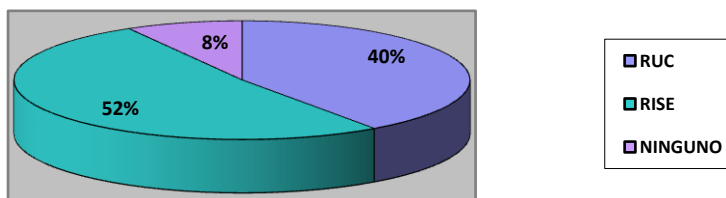
A junio del 2012

(En Cifras)

RUC	RISE	NINGUNO	TOTAL
133	168	25	326

De la investigación realizada el 52% de las tiendas de barrio se acogen al nuevo sistema tributario RISE, mientras que el 40% tiene RUC debido a que el giro del negocio creció y además porque éste sistemas no existía cuando ellos ya cantaban con el RUC, en la actualidad todavía existe un 8% que no declara, esto demuestra que poco a poco se está reduciendo la informalidad en el sector popular tiendas de barrio del área urbana den la ciudad de Cuenca. (GRAFICO N° 6)

GRAFICO N° 6 REGIMEN IMPOSITIVO AL CUAL SE ACOGEN LAS TIENDAS DE BARRIO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras



Del 40% de los contribuyentes que tienen RUC, la (TABLA N° 9) muestra que 68 personas representan el 51% que realizan sus declaraciones personalmente, mientras que el 49% restante cumplen con sus declaraciones con ayuda de terceras personas debido a que no cuentan con suficiente capacitación para realizar personalmente sus declaraciones. (GRAFICO N° 7)

**TABLA N°9: MEDIOS DE DECLARACIONES DE LOS
CONTRIBUYENTES PERTENECIENTES AL RUC DE LAS TIENDAS DE
BARRIO**

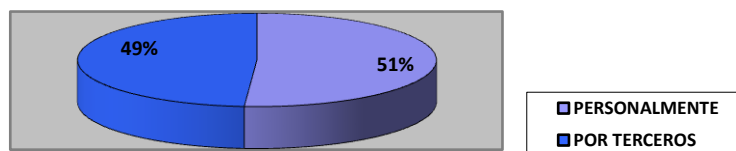
A Junio 2012

(En Cifras)

PERSONALMENTE	POR TERCEROS	TOTAL
68	65	133

No existe gran diferencia entre declarar personalmente o por medio de terceros, los contribuyentes buscan la manera efectiva que les ayude a cumplir con sus obligaciones tributarias.

**GRAFICO N° 7 MEDIOS DE DECLARACIONES LOS CONTRIBUYENTES
PERTENECIENTES AL RUC DE LAS TIENDAS DE BARRIO**



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

Con el nuevo sistema tributario RISE los contribuyentes evitan realizar declaraciones y únicamente tienen que cancelar una cuota mensual establecida por el SRI.

El Programa Socio Tienda implementado por el Gobierno del Econ. Rafael Correa Delgado, a través del Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social (MCDS) el 6 de



Junio del 2008, tiene como fin brindar a las Tiendas de Barrio productos de la canasta básica de empresas como: Pronaca, Nestlé, Zaimella, Quicornac, Nirsa, Danec, Ales, El Ordeño, ingenio San Carlos, entre otras, las mismas que forman parte de este programa, ofreciendo descuentos en sus precios, el cual permite un ahorro del 15% al 30% para sus clientes al momento de adquirir los productos, por tal razón es importante señalar el grado de conocimiento que tienen las personas con respecto a este programa. (TABLA N°10)

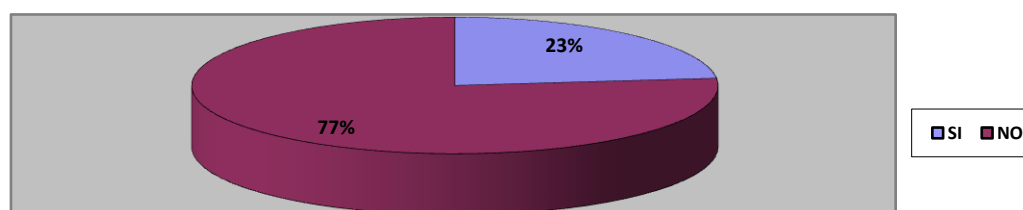
TABLA N°10: CONOCIMIENTO DEL ENFOQUE DEL PROGRAMA SOCIO TIENDA EN LAS TIENDAS DE BARRIO

A Junio del 2012
(En cifras)

SI	NO	TOTAL
76	250	326

Se puede apreciar en el (GRAFICO N° 8), que a penas un 23% de las personas que se dedican a ésta actividad económica tienen conocimiento del programa Socio Tienda, mientras que el 77% de éstas personas desconocen de dicho programa.

GRAFICO N° 8 ENFOQUE DEL PROGRAMA SOCIO TIENDA EN LAS TIENDAS DE BARRIO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras



4.2 IMPACTO ECONÓMICO DEL RISE SEGÚN EL NIVEL DE RECAUDACIÓN

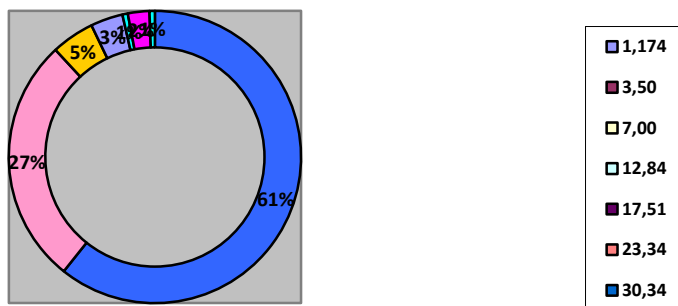
La cuota asignada del RISE es mínima, debido al grado de activos e ingresos con el que cuentan los contribuyentes que se dedican a ésta actividad comercial, sin embargo en la TABLA N°11 referente al Nivel de recaudación en las tiendas de barrio a junio del 2012, se ve reflejado que las cuotas asignadas por el Servicio de Rentas Internas no son fijas ya que los funcionarios de esta entidad determinan diferentes cuotas mediante un estudio que incluye tanto el análisis de la información socio económica entregada por el contribuyente, como constataciones en los lugares de expendio. Estas cuotas puede ser canceladas mensual o un pago anticipado anual, en cualquier entidad del sistema financiero nacional.

TABLA N° 11: NIVEL DE RECAUDACIÓN EN LAS TIENDAS DE BARRIO
A Junio del 2012
(En cifras)

1.17	3.50	7.00	12.84	17.51	23.34	30.34	TOTAL
102	46	8	6	1	4	1	168

El resultado reflejado en las encuestas realizadas a las tiendas de barrio del área urbana de la ciudad de Cuenca, muestran que el 61% de contribuyentes RISE cancelan cuotas comprendidas entre \$1.17 y \$3.00 mensuales. Un 27% de cuotas canceladas entre \$3.50 y \$5.00 mensuales, mientras que las cuotas de \$7.00 y \$12.84 son canceladas en un 5% y 3% respectivamente. Estos últimos datos corresponden a contribuyentes que cuentan con mayores activos e ingresos y representan tan solo entre el 1% y el 2% de los contribuyentes; situación que se refleja en el siguiente grafico:

GRAFICO N° 9 NIVEL DE RECAUDACIÓN EN LAS TIENDAS DE BARRIO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

4.2.1 DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE SOLVENCIA CONTABLE DE LAS TIENDAS DE BARRIO

En la información obtenida se puede observar que los documentos de venta son emitidos por un 65% de los contribuyentes sean éstos facturas o notas de venta.

De esta manera las Tiendas de Barrio evidencian que a pesar de representar una actividad de pequeña escala, están contribuyendo a fortalecer la cultura tributaria y disminuir la informalidad.

El 35% de los contribuyentes de la categoría Tiendas de Barrio, aún no emiten ningún tipo de comprobante de venta.

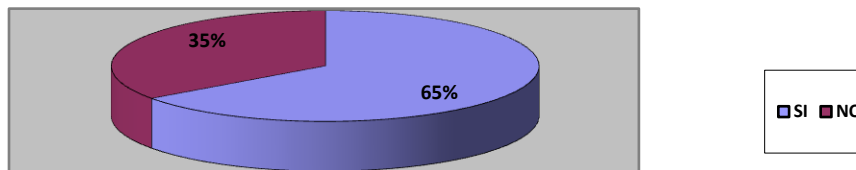
TABLA N° 12: EMISIÓN DE COMPROBANTES DE VENTA EN LAS TIENDAS DE BARRIO

A Junio del 2012

(En cifras)

SI	NO	TOTAL
212	114	326

GRAFICO N° 10 EMICIÓN DE COMPROBANTES DE VENTA EN LAS TIENDAS DE BARRIO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

Del 65% de contribuyentes que emiten comprobantes de venta, 122 Tiendas emiten Notas de Venta, mientras que 104 emite facturas al momento de realizar sus ventas.

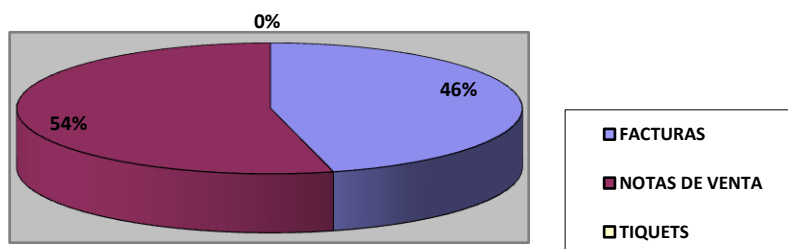
TABLA N° 13: TIPO DE DOCUMENTO EMITIDO

A Junio del 2012

(En cifras)

FACTURAS	NOTAS DE VENTA	TIQUETS	TOTAL
104	122	0	

GRAFICO N° 11 TIPO DE DOCUMENTO EMITIDO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

Al ser éste un sector comercial de tipo microempresarial y de subsistencia, los requerimientos de registros y control contable no son tan apremiantes y se satisfacen en su mayoría con libro de cuentas en los que se detallan las ventas al contado del día, separándolas de las ventas a crédito y manteniendo un registro de proveedores y de créditos pendientes. En otros casos, aproximadamente en un 35% de establecimientos, no existe ningún tipo de registro contable.

TABLA N° 14: DOCUMENTOS CONTABLES

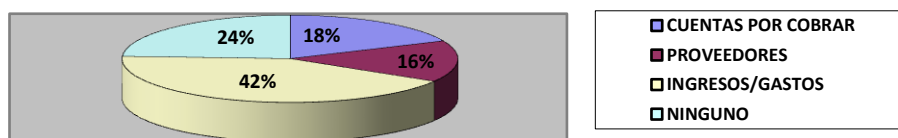
A Junio del 2012

(En cifras)

CUENTAS POR COBRAR	PROVEEDORES	INGRESOS/GASTOS	NINGUNO
69	58	159	91

A continuación se puede observar que el 84% de personas llevan un registro de ingresos, gastos cuentas por cobrar y por pagar, mientras que el 16% no llevan ningún tipo de control.

GRAFICO N° 12 DOCUMENTOS CONTABLES



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

Esta situación torna muy vulnerables a este tipo de negocio e imposibilita la capacidad de planificación, programación y por tanto crecimiento de la actividad.



4.2.2 CAPITAL EN GIRO E INVENTARIOS DE MERCADERÍA DE LAS TIENDAS DE BARRIO DEL AREA URBANA EN LA CIUDAD DE CUENCA

Por ser las tiendas de barrio pequeños negocios de carácter familiar que se manejan como una alternativa ocupacional y de complemento del ingreso familiar, manejan un bajo capital de giro de aproximadamente \$900.00 al mes, que permite a los tenderos mantener su negocio dentro de un mercado altamente competitivo.

TABLA N° 15: VALOR DE LA MERCADERIA EN LAS TIENDAS DE BARRIO

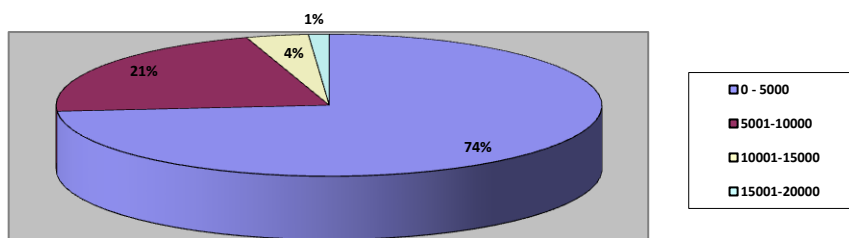
A Junio del 2012
(En cifras)

0 – 5000	5001-10000	10001-15000	15001-20000	TOTAL
240	70	12	4	326

El GRAFICO N° 13 muestra que, al menos el 74% de tiendas del área urbana de la ciudad de Cuenca, cuentan con un inventario de mercaderías valorado en aproximadamente \$5000.00 o menos. Consideramos que este valor es reducido no solo porque se trata de micro emprendimientos, sino también por el hecho de ser negocios en la mayor parte de casos, de reciente constitución. Aproximadamente el 21% de estos negocios tiene inventarios superiores a \$5000.00 e incluso llegan hasta \$10000.00. No obstante existen un 5% de tiendas que se encuentran en el mercado desde hace varios años las cuales han sabido sobresalir con el transcurso de los años logrando obtener niveles de capital sumamente altos los cuales les permiten seguir creciendo y de esa manera poder satisfacer las necesidades de sus clientes.



GRAFICO N° 13 VALOR DE LA MERCADERIA EN LAS TIENDAS DE BARRIO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

En cuanto a la magnitud de las ventas del sector tiendas de barrio, podemos resaltar la siguiente información:

TABLA N° 16: VENTAS MENSUALES DE LAS TIENDAS DE BARRIO

A Junio del 2012

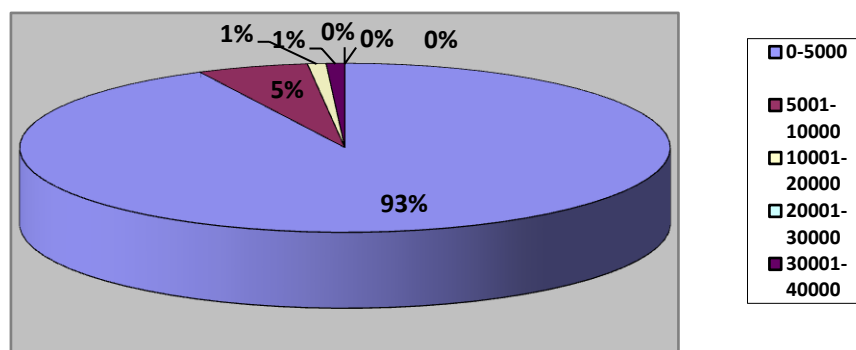
(En cifras)

0-5000	5001-10000	10001-20000	20001-30000	30001-40000	40001-50000	50001-60000	TOTAL
302	18	3		3			326

Según la información obtenida el 93% de las ventas está comprendido entre 0 a \$5000.00, es decir que los ingresos obtenidos por parte de las tiendas son muy bajos, y lo que venden a penas les alcanza para poder volver a reinvertir en el negocio y continuar con su actividad comercial, debido a los ingresos bajos que obtienen mensualmente estas tiendas han optado por formar parte del RISE, de esa manera cumplen con su obligación tributaria sin gastar mucho lo poco que logran obtener de ingresos, mientras que tan solo un 8% de éstas tiendas realizan ventas superiores a \$5000.00, algunas incluso llegan a ventas mensuales de \$30000.00. (GRAFICO N° 14)



GRAFICO N° 14 VENTAS MENSUALES DE LAS TIENDAS DE BARRIO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio


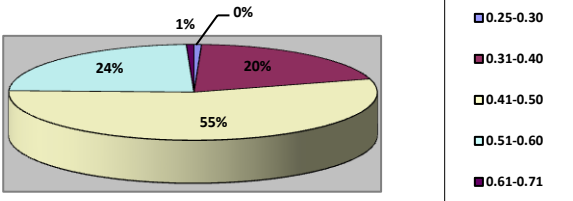

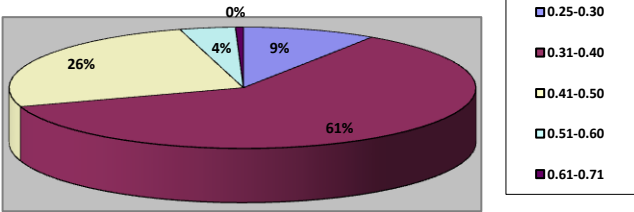

Elaboración: Autoras

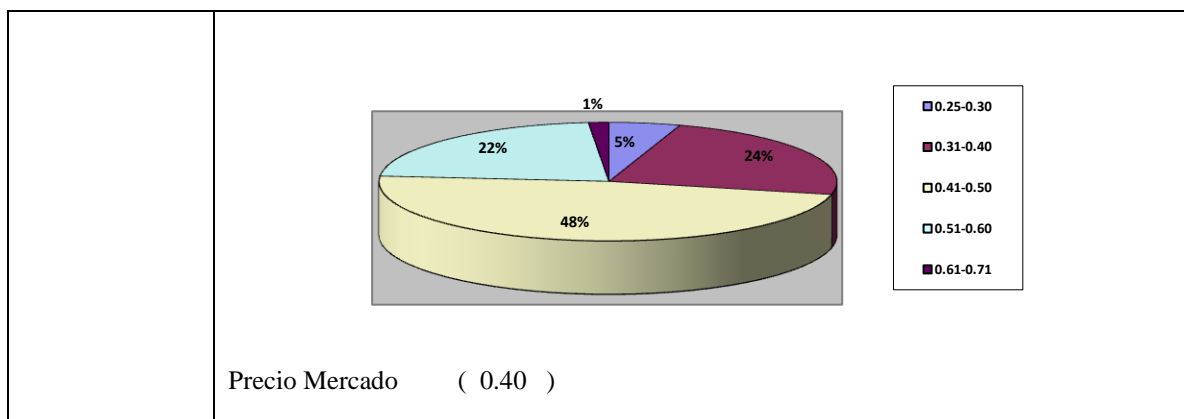
Para el análisis del margen de beneficio que tienen las tiendas de barrio, se ha tomado como referencia tres productos de primera necesidad como son: el tomate, la cebolla y la papa. En lo que se refiere a la venta de tomate existe un 54% de tenderos que venden este producto con un 25% de utilidad, el 24% de las tiendas vende el tomate con el 50% de utilidad con el fin de obtener un poco más de ganancias, pero también existen tiendas que venden sin ninguna utilidad e incluso venden a precios inferiores a los que están en el mercado y tratan de compensar con la venta de otros alimentos

Asimismo en la información obtenida se puede apreciar que el 60% de las tiendas vende la papa con un margen de utilidad de 34%, el 26% vende con más del 60%, tan solo un 5% vende con un margen entre el 80% y 100% de utilidad, mientras que un 17% de las tiendas vende a precios inferiores a los que se encuentra en el mercado.

La cebolla es otro de los productos que se venden en estos negocios, de los cuales el 48% son vendidos con una utilidad de 25% y un 22% vende este producto con el 50% de utilidad, el porcentaje de tiendas que venden la cebolla sin margen de utilidad el cual corresponde al 29%. Todos estos resultados se pueden apreciar en el (GRAFICO N° 15).

GRAFICO N° 15 MARGEN DE UTILIDAD DE PRODUCTOS

	0.25-0.30 (0%)	0.31-0.40 (0%)	0.41-0.50 (25%)	0.51-0.60 (50%)	0.61-0.70 (75%)
	1	30	83	36	1
 <p>Precio Mercado 0.40</p>					
	0.25-0.30 (0%)	0.31-0.40 (34%)	0.41-0.50 (67%)	0.51-0.60 (87%)	0.61-0.70 (100%)
	17	111	47	7	1
 <p>Precio Mercado (0.30)</p>					
	0.25-0.30 (0%)	0.31-0.40 (0%)	0.41-0.50 (25%)	0.51-0.60 (50%)	0.61-0.70 (75%)
	7	33	67	31	2



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

4.2.3 ESTIMACIÓN DEL VALOR DE MERCADO DE LOS ACTIVOS FIJOS DE LAS TIENDAS DE BARRIO DEL AREA URBANA EN LA CIUDAD DE CUENCA

Los activos fijos con los que cuentan las tiendas son de gran importancia, debido a que permiten una adecuada atención al cliente.

TABLA N° 17: ACTIVOS FIJOS DE LAS TIENDAS DE BARRIO

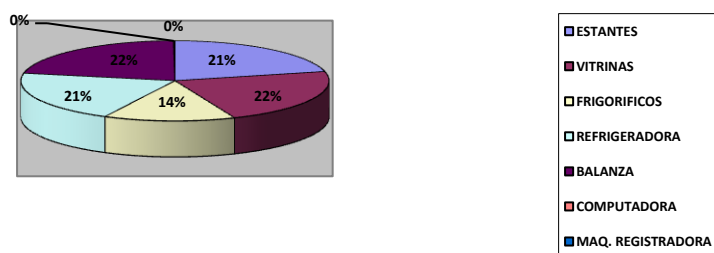
A Junio 2012

(En cifras)

ESTAN	VITRINA	FRIGORIF	REFRIGERADOR	BALANZ	COMPUTADOR	M. REGISTRAD
272	286	176	262	279	1	1

Según la información obtenida mediante las encuestas realizadas se puede observar que las tiendas en su mayoría cuentan con activos fijos como: Estantes, vitrinas, frigoríficos, refrigeradoras, balanzas, los cuales representan el 14% y 22% de cada activo con el que cuentan las tiendas, y debido a que son negocios pequeños casi ninguno de éstos negocios cuenta con computadoras, si más bien llevan sus registros en pequeños cuadernos.

GRAFICO N° 16ACTIVOS FIJOS DE LAS TIENDAS DE BARRIO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

4.2.4 PROVEEDORES DE LAS TIENDAS DE BARRIO DEL AREA URBANA EN LA CIUDAD DE CUENCA

Este sector económico cuenta con varios proveedores entre los principales podemos mencionar: COCA-COLA, PEPSI, manzana, AZENDE, Pilsener, CORDIALSA, COMY-COMEC, NESTLE, NUTRI LECHE, REY LECHE, TONI, FABRIL, DANEC, INALECSA, LA UNIVERSAL, ARCOR, Ferias, entre otros, los mismos que les permiten surtir sus negocios y tratar de satisfacer de la mejor manera a sus clientes, ofreciéndoles productos de buena calidad a precios económicos.

TABLA N° 18: PROVEEDORES DE LAS TIENDAS DE BARRIO

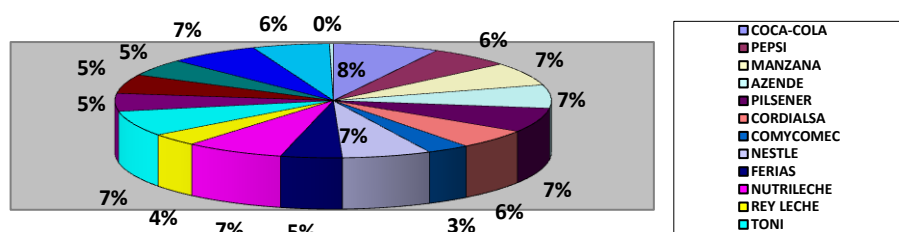
A Junio del 2012

(En cifras)

COCA-COLA	281	NUTRI LECHE	261
PEPSI	216	REY LECHE	127
MANZANA	236	TONI	257
AZENDE	236	FABRIL	181
PILSENER	247	DANEC	193
CORDIALSA	198	INALECSA	174
COMIC-COMEC	112	LA UNIVERSAL	239
NESTLE	235	ARCOR	204
Ferias	162	OTROS	10

De los proveedores mencionados anteriormente según el (GRAFICO N° 17), los proveedores con los que más cuentan las tiendas son COCA-COLA, AZENDE, NESTLE, NUTRI LECHE y LA UNIVERSAL los cuales se reflejan entre el 7% y 8%, mientras que CORDIALSA, COMY-COMEC, FERIAS, DANEC, ARCOR, entre otros comprendidos entre el 4% y 6% son poco adquiridos en las tiendas, en su gran mayoría porque muchos de éstos últimos proveedores no visitan con frecuencia dichas tiendas.

GRAFICO N° 17 PROVEEDORES DE LAS TIENDAS DE BARRIO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

La periodicidad con la que las tiendas realizan sus compras a los proveedores varía mucho, las cuales pueden ser: semanal, mensual, quincenal o diario, el cual varía según como los proveedores las visiten. (TABLA N° 19)

TABLA N° 19: FRECUENCIA CON LA QUE LAS TIENDAS REALIZAN SUS COMPRAS

A Junio del 2012

(En cifras)

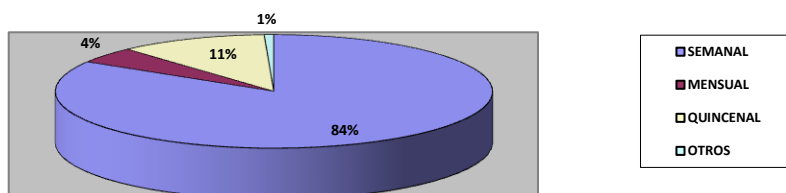
SEMANAL	MENSUAL	QUINCENAL	OTROS
236	13	31	2

Como se puede apreciar en el (GRAFICO N° 18), el 83% de las tiendas de barrio se abastecen de sus productos semanalmente, con el fin de mantener satisfechos a sus clientes, existe también un 11% de tenderos que adquieren sus productos



quincenalmente y el 6% restante de éste sector económico lo hace mensualmente y en ocasiones hasta lo hacen diariamente.

GRAFICO N° 18 FRECUENCIA CON LA QUE LAS TIENDAS DE BARRIO REALIZAN SUS COMPRAS



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

Aquellas tiendas que se abastecen de productos semanalmente, en su gran mayoría, tienen valores mínimos de compra que llegan hasta \$50.00, pero también existen un gran porcentaje de tiendas cuyo valor de compras llegan hasta los \$300.00 y otras que incluso tienen compras por valores superiores a 600.00\$. (TABLA N° 20)

TABLA N° 20: VALOR DE LAS COMPRAS REALIZADAS POR LAS TIENDAS DE BARRIO

A Junio del 2012

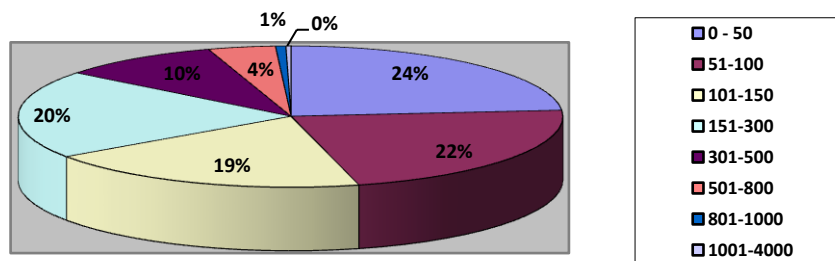
(En cifras)

0 - 50	51-100	101-150	151-300	301-500	501-800	801-1000	1001-4000	TOTAL
77	73	63	66	31	13	2	1	326

Las tiendas que en su mayoría son recién constituidas y por su baja capacidad económica que poseen, realizan compras semanales por un valor no mayor a \$50.00, es decir el 24% de éstas tiendas realizan compras por valores bajos, el 22% compra hasta \$100.00, el 19% y 20% realiza compras de mercadería por valores de hasta \$150.00 y \$300.00 respectivamente, y aquellas tiendas que se encuentran más consolidadas y estables se abastecen de productos semanalmente por valores desde \$800.00 a \$1000.00, con el fin de brindar los productos que el cliente necesite.



GRAFICO N° 19 VALOR DE LAS COMPRAS REALIZADAS POR LAS TIENDAS DE BARRIO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

Según la (TABLA N° 21), las compras que realizan las tiendas de barrio en su gran parte lo realizan al contado.

TABLA N° 21: FORMAS DE PAGO

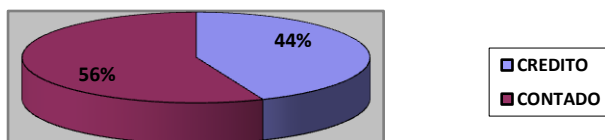
A Junio del 2012

(En cifras)

CREDITO	CONTADO
211	271

Como se mencionó anteriormente, al ser las tiendas de constitución reciente, los proveedores en su gran parte no dejan sus productos a crédito, debido a que este sector económico no tiene mucho tiempo en el mercado o por que los productos vendidos son ofrecidos a precios bajos con el fin de que el tendero pueda cancelar fácilmente sus compras, por tal razón existe un 56% de tiendas que realizan sus compras al contado y el 44% lo hace a crédito, éste último es siempre y cuando se por un valor alto y esté varios años en dicha actividad.

GRAFICO N° 20 FORMAS DE PAGO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

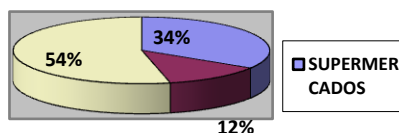
Elaboración: Autoras

Una vez realizado el análisis de las compras que realizan las tiendas de barrio, de la misma forma se analizará rápidamente los ingresos que tienen estos sectores económicos mediante las ventas que realizan a sus clientes.

4.2.5 COMPETENCIA DE LAS TIENDAS DE BARRIO DEL AREA URBANA EN LA CIUDAD DE CUENCA

Las tiendas de barrio son pequeños negocios constituidos por cuenta propia para poder generar ingresos para la familia y lograr solventar sus gastos, y por ser una alternativa más fácil para aquellas personas que no cuentan con gran nivel académico y debido a la falta de ingresos, estas familias optan por tener su propio negocio que en su gran mayoría son tiendas. Al consultar sobre su percepción respecto a la competencia se pudo tener los siguientes resultados: la competencia de una tienda de barrio esta representada en un 54% por otras tiendas de igual o superior magnitud. El 34% de la competencia es percibida como la proveniente de los supermercados y un 12% por parte de los minimarket.

GRAFICO N° 21 TIENDAS DE BARRIO Y SU COMPETENCIA



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras



Tanto supermercados como minimarket son lugares muy frecuentados por la ciudadanía, pero en su mayoría los más visitados son los supermercados debido a que las personas encuentran sus productos con gran variedad y pueden elegir a su gusto lo que deseen, dejando en un segundo plano a las tiendas de barrio. (TABLA N° 22)

TABLA N° 22: TIENDAS DE BARRIO Y SU COMPETENCIA

A Junio del 2012

(En cifras)

SUPERMERCADOS	MINIMARKE T	TIENDAS
133	49	210

Asimismo se ha hecho un pequeño estudio de los productos que más se consumen en las tiendas de barrio, con el fin de conocer cuál es el producto más vendido y que los ayuda a continuar con su negocio, entre los cuales tenemos: Bazar, abacería, snaks, bebidas alcohólicas y bebidas no alcohólicas. (TABLA N° 23)

TABLA N° 23: PRODUCTOS QUE SE CONSUMEN EN LAS TIENDAS DE BARRIO

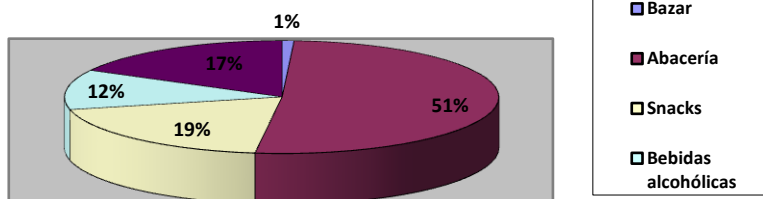
A Junio del 2012

(En cifras)

Bazar	Abacería	Snacks	Bebidas alcohólicas	Bebidas no alcohólicas
4	232	88	52	78

Se puede apreciar en el (GRAFICO N° 22), que la abacería como: arroz, azúcar, sal, aceite y otros alimentos de primera necesidad, son los productos que más se venden en las tiendas, para consumo diario de las persona, el mismo que representa un 51% de ingresos para este sector, seguido de la venta de snaks con el 19%, un 17% de bebidas no alcohólicas, la venta de bebidas alcohólicas representan un 12% y tan solo el 1% de éstas tiendas se ayuda con la venta de bazar.

GRAFICO N° 22 PRODUCTOS QUE SE CONSUMEN EN LAS TIENDAS DE BARRIO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

4.2.6 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO DE LAS TIENDAS DE BARRIO DEL ÁREA URBANA DE LA CIUDAD DE CUENCA

Es importante conocer como están estructuradas financieramente las tiendas de barrio y poder hacer un estudio de su situación económica.

En los datos obtenidos se puede observar que gran parte de las tiendas de barrio existentes han sido financiadas con capital propio y una pequeña parte de ellas han sido financiadas con préstamos. (TABLA N° 24)

TABLA N° 24: FINANCIAMIENTO DE LAS TIENDAS DE BARRIO

A Junio del 2012

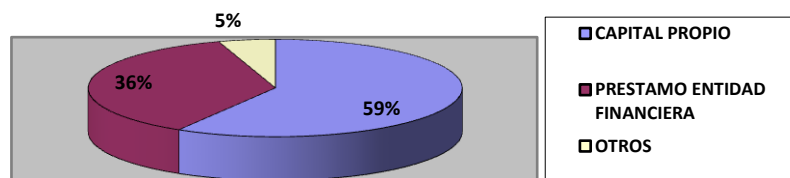
(En cifras)

CAPITAL	PRESTAMO ENTIDAD FINANCIERA	OTROS	TOTAL
191	119	16	326

El (GRAFICO N° 23), refleja que el 59% de las tiendas han sido financiadas con capital propio, dinero proveniente de personas que se han jubilado o han tenido ahorrado, también se puede ver que el 36% de tiendas son financiadas con préstamos en instituciones financieras como: Cooperativas, Bancos y cajas comunales y un 5% lo han hecho con ayuda de préstamos informales, los cuales todavía siguen debiendo.

Esto demuestra como las personas tratan de generar ingresos por medio de su propio negocio y para poder tenerlo algunos arriesgan su patrimonio, mientras que otras personas se arriesgan a endeudarse e invertir en tales negocios.

GRAFICO N° 23 FINANCIAMIENTO DE LAS TIENDAS DE BARRIO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

De la misma forma la información obtenida también permite visualizar aquellas tiendas que poseen deudas por haber incrementado su negocio y poder mejorar la atención a sus clientes. (TABLA N° 25)

TABLA N° 25: ENDEUDAMIENTO DE LAS TIENDAS DE BARRIO

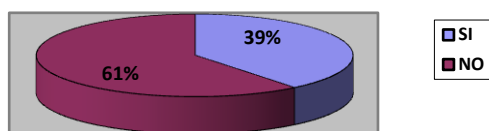
A Junio del 2012

(En cifras)

SI	NO	TOTAL
128	198	326

El (GRAFICO N° 24), muestra que el 61% de tiendas no posee deudas, mientras que el 39% de tiendas actualmente se encuentran endeudas por tratar de mejorar sus negocios con el fin de poder ofrecer a sus clientes variedad de productos a precios económicos y de esa manera poder generar mayores ingresos y tratar de mejorar su situación económica.

GRAFICO N° 24 ENDEUDAMIENTO DE LAS TIENDAS DE BARRIO



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

A continuación la (TABLA N° 26) muestra las diferentes instituciones financieras con las que las tiendas de barrio contraen deuda con el fin de incrementar sus negocios.

TABLA N° 26: ENDEUDAMIENTO DE LAS TIENDAS DE BARRIO CON INSTITUCIONES FINANCIERA FORMALS E INFORMALES

A Junio del 2012

(En cifras)

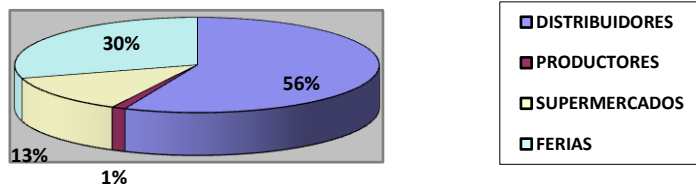
PRESTAMOS FORMALS				PRESTAMOS INFORMALES
SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO		SECTOR FINANCIERO PRIVADO		
Cooperativas	Caja Comunal	BANCOS	MUTUALISTAS	
84	1	19	0	41

Fuente: Encuestas a Tiendas de Barrio 2012

Elaboración: Las Autoras

Mediante el (GRAFICO N° 25), se puede observar que el 59% de éste sector económico a realizado préstamos en el Sector Financiero Popular y Solidario, de los cuales el 58% a recurrido a Cooperativas y el 1% a Cajas Comunales, mientras que a la Banca Privada tan solo el 13% de las tiendas se ha dirigido a realizar préstamos en dichas instituciones, se puede observar también que existe un considerado porcentaje de tiendas que han recurrido a préstamos informales, para poder mejorar sus negocios.

GRAFICO N° 25 ENDEUDAMIENTO DE LAS TIENDAS DE BARRIO CON INSTITUCIONES FINANCIERAS Y PRÉSTAMOS INFORMALES



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras

Para poder ofrecer a sus clientes productos de buena calidad y a precios bajos, las tiendas de barrio adquieren sus productos a través de crédito directo de sus distribuidores, como se puede apreciar en la tabla.

TABLA N° 27: ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS

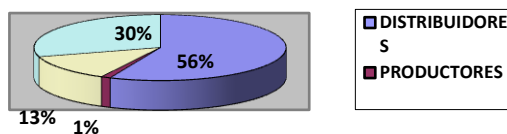
A Junio del 2012

(En cifras)

DISTRIBUIDOR	PRODUCTORES	SUPERMERCADOS	FERIAS
231	5	52	121

Mediante el (GRAFICO N° 26) se puede apreciar que el 56% de tiendas adquieren sus productos a través de distribuidores, pero también existe un 30% de tiendas que realizan sus compras en Supermercados y el 13% y 1% compran a Productores y ferias respectivamente, con el fin de surtir sus negocios y satisfacer a sus clientes.

GRAFICO N° 26 ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS



Fuente: Encuesta a Tiendas de Barrio

Elaboración: Autoras



CONCLUSIONES

El Ecuador es un país diverso por naturaleza propia pero también es un país que como otros de América Latina mantiene fuertes inequidades en la distribución de su ingreso, la pobreza sigue afectando a importantes sectores de la población y los esfuerzos por combatirla se evidencian en diferentes estrategias de sobrevivencias de los sectores populares, dentro de los cuales las Tiendas de Barrio de sectores urbanos representan un claro ejemplo de este esfuerzo. Este sector ha sido poco estudiado y la investigación plantea analizarlo con la intención de contribuir a su desarrollo.

Actualmente el Ecuador esta viviendo cambios profundos bajo los lineamientos de la Constitución del 2008, enfocándose en una economía popular y solidaria pretendiendo rescatar, fortalecer y apoyar a los distintos esfuerzos asociativos o individuales que se fundamenten en los principios y valores humanos.

Es por ello que bajo Registro Oficial N° 444 de mayo del 2011 se promulga la “Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario” en donde se reconocen las siguientes formas de organización económica: pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la Constitución determine, la economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la Ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Bajo este nuevo esquema constitucional, el Servicio de Rentas Internas trata de reforzar el control y la recaudación de todos sus contribuyentes, buscando reducir la evasión de impuestos e impulsando la cultura tributaria coherente con la búsqueda del “Sumak Kawsay” y la redistribución de la riqueza.

Para poder lograr una economía más justa y equitativa, el SRI trata de reducir el nivel de informalidad que existe en el Ecuador mediante la aplicación de un nuevo sistema tributario llamado Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) cuyo objetivo primordial es crear cultura tributaria en la ciudadanía ecuatoriana.



Este sistema permite al contribuyente facilitar el pago de sus impuestos, logrando de esta manera la inscripción voluntaria de aquellas personas que no cumplían con sus obligaciones tributarias.

Las denominadas “Tiendas de Barrio”, son pequeñas unidades económicas familiares establecidas en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades de sus clientes quienes al momento de realizar una compra y no contar con el dinero necesario realizan pequeños créditos otorgados por los dueños, quienes brindan su amistad y amabilidad creando un ambiente de confianza.

El constante crecimiento de la ciudad de Cuenca en su sector urbano, ha demandado no solo ampliar sino también mejorar el servicio de abastecimiento de productos de primera necesidad en todos los establecimientos de esta naturaleza, las tiendas de barrio están compitiendo en desigualdad con supermercados, Minimarkets, y abacerías.

Los negocios Tiendas de Barrio, se han acogido al nuevo sistema tributario planteado por el RISE, que vuelve fácil y ahorra tiempo en las declaraciones y por otra parte mantiene una cuota constante que deben ser canceladas en cualquier institución del sistema financiero regulado.

Las ventas que realizan las Tiendas de Barrio en su mayoría se registran como personas naturales que no necesitan factura ya que no realizan ninguna actividad comercial de envergadura.

Por lo general los propietarios de estos negocios cuentan con un nivel de instrucción que no va mas allá del bachillerato volviéndose este una desventaja para el desarrollo de la economía y para el crecimiento de sus negocios.

Luego de haber realizado un importante esfuerzo de acercamiento académico a la labor cumplida por las Tiendas de Barrio del área urbana de la ciudad de Cuenca, se puede apreciar que mediante la implementación del nuevo sistema tributario RISE, se ha logrado una mejora en la recaudación tributaria, debido a que es un sistema sencillo, el



cual ahorra tiempo y costos a los contribuyentes al momento de cumplir con sus obligaciones tributarias.

Al ser este Régimen Simplificado una de las formas más fáciles y sencillas, ha creado en los contribuyentes una cultura tributaria permitiendo de ésta manera reducir la evasión y elusión de impuestos, logrando así un aumento en los ingresos, el mismo que permiten el crecimiento y desarrollo de la economía nacional y poder solventar de alguna manera los gastos en los que incurre el país.

El análisis que se ha realizado a las tiendas de Barrio del área urbana de la ciudad de Cuenca, permite concluir en que mediante la implementación del nuevo sistema tributario RISE, se ha logrado mejorar la recaudación tributaria, debido a que es un sistema sencillo, el cual ahorra tiempo y costos a los contribuyentes al momento de cumplir con sus obligaciones tributarias.

Al ser este Régimen Simplificado una de las formas más fáciles y sencillas de cumplir con las obligaciones tributarias, ha creado en los contribuyentes una cultura tributaria permitiendo de ésta manera reducir la evasión y elusión de impuestos, logrando así un aumento en los ingresos, el mismo que permiten el crecimiento y desarrollo de la economía nacional y poder solventar de alguna manera los gastos en los que incurre el país.



RECOMENDACIONES

- Se recomienda formar asociaciones de tenderos que representen en los diferentes espacios del gobierno local y nacional las demandas, aspiraciones y necesidades específicas del sector.
- Establecer convenios gremiales para la adquisición de productos a bajos costos con facilidades de pago y contacto directo con productores y distribuidores mayoristas.
- Demandar espacios de capacitación específica en la rama microempresarial, que permitan conocer un poco más tanto del régimen RUC como del régimen RISE con el fin de que los tenderos puedan cumplir con sus obligaciones de manera fácil y sencilla sin tener ningún tipo de complicaciones al momento de tributar.
- Establecer un espacio de información y comunicación permanente para contar con información oportuna sobre los distintos programas de promoción para el sector, por ejemplo el Programa Socio Tienda implementado por el gobierno del Econ. Rafael Correa y afiliarse al mismo con el fin de que las tiendas de barrio puedan adquirir sus productos a precios bajos y estables a fin de obtener mejores beneficios mutuos es decir que tanto el tendero como el cliente se vean beneficiados con este programa.
- Impulsar la investigación sobre el sector popular y solidario como una alternativa de desarrollo y lucha contra la pobreza



BIBLIOGRAFÍA

ACOSTA, Alberto. Breve Historia Económica del Ecuador. 2ª ed., Corporación Editora Nacional, Quito, 2001. p 385-402.

PEREZ DE DAVILA, Tatiana. La institucionalización del servicio de rentas internas: proyecciones y perspectivas. 1º ed., Quito, 2007. p. 11-37.

PANGOL LEÓN, Nidia. Tiendas de Barrio al Mall. Tesis de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca. Cuenca, 2009.

ORELLANA, Enrique. Finanzas Sociales y Solidarias en el Ecuador Verdades y Desafíos. 1º ed., Ecuador, Agosto 2009.

BALSECA, María Rosa. Libro del Futuro Contribuyente Bachillerato. 5º ed., Departamento de Servicios Tributarios Dirección Nacional – SRI. Quito, 2012.

Ministerio de la Coordinación de la Política Económica. Sector Informal y Subempleo. Coordinación de Consistencia Macroeconómica. Ecuador- Marzo 2011.

Constitución de la República del Ecuador 2008, Registro Oficial N° 449, Decreto Legislativo, Octubre 2008 (Art. 83, 275, 300)

Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, Registro Oficial N° 444, Quito- Mayo.

Ley N° 41. Ley de Creación del Servicio de Rentas Internas. Registro Oficial N° 206, Diciembre 1997. Decreto N° 1026

Código Tributario, Codificación 9, Registro Oficial Suplemento 38 de 14 de Junio del 2005, (Art. 10)



DIRECCIONES WEB

Noticias: Escudos Fiscales. (Recuperado el 12 de Marzo del 2012)

<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/sin-escudos-fiscales-se-preve-mayor-recaudacion-16698-16698.html>

Definición de Ingresos Extraordinarios. (Recuperado el 20 de Marzo del 2012)

<http://www.definicion.org/ingresos-extraordinarios>

Noticias: Reglamento Para la aplicación del Impuesto a las Tierras Rurales. (Recuperado el 05 de mayo del 2012)

http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&task=view&id=4106

Definición Sector Informal de la Economía. (Recuperado el 15 de mayo del 2012)

<http://www.definicion.org/sector-informal-de-la-economia>

Definición de Régimen Impositivo Simplificado. (Recuperado el 15 de mayo del 2012)

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/230@public>

Beneficios del Régimen Impositivo Simplificado. (Recuperado el 15 de mayo del 2012)

<http://www.sri.gob.ec/web/10138/304>

Noticias: Campaña Socio Tienda. (Recuperado el 22 de Junio del 2012)

<http://www.eluniverso.com/2008/06/01/0001/9/E1D1E9C3F6A2467A9BFD0A199E056798.html>



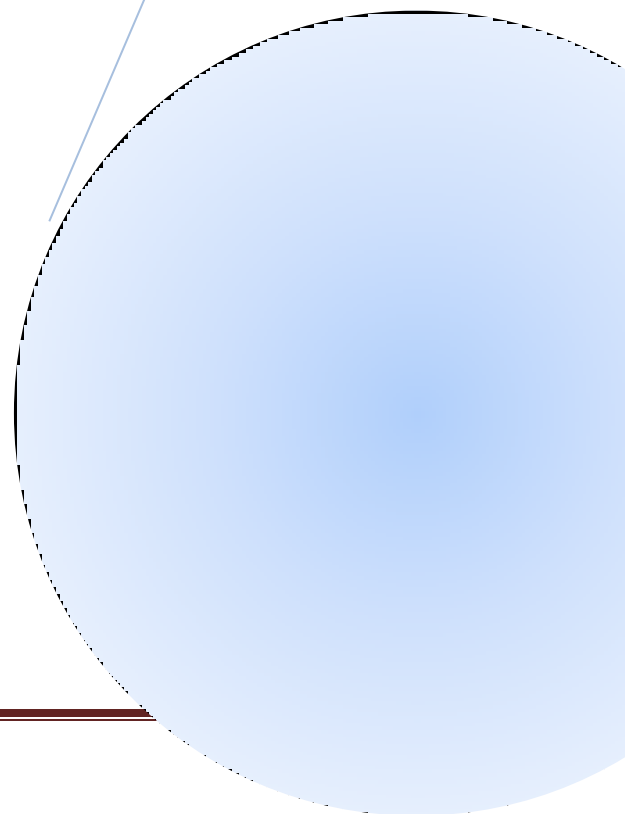
ANEXOS

1. Formulario de encuestas realizadas a las Tiendas de Barrio del área urbana de la ciudad de Cuenca.
2. Formulario de entrevistas realizadas a expertos
3. Encuestas realizadas a las Tiendas de Barrio del área urbana de la Ciudad de Cuenca.
4. Entrevistas realizadas a expertos.
5. Oficios recibidos y enviados al Servicio de Rentas Internas
6. Anexos gráficos



1

**FORMULARIO DE ENCUESTAS
REALIZADAS A LAS TIENDAS DE
BARRIO DEL ÁREA URBANA DE LA
CIUDAD DE CUENCA.**





Alumnas de la Universidad Politécnica Salesiana realizan la siguiente encuesta para: “Análisis del impacto económico que genera el RISE en el sector popular tiendas de barrio del área urbana en la ciudad de Cuenca en el periodo 2007-2011”, por lo que pedimos nos brinden su colaboración.

INFORMACIÓN GENERAL

1. ¿Qué tiempo tiene el negocio en el mercado?

- 0-5
- 5-10
- 10-más

2. ¿El local es?

- Propio
- Arrendado

3. ¿Qué Nivel de instrucción tiene?

- Primaria
- Secundaria
- Superior

4. ¿Bajo qué régimen está inscrito?

- RUC
- RISE
- Ninguno

Si su respuesta es RUC pase a la pregunta 5

Si su respuesta es RISE pase a la pregunta 6

5. ¿Como realiza sus declaraciones?:

- Personalmente
- Por medio de terceros
- Por email

6. ¿Cuál es la tarifa que cancela mensualmente en el banco?

- | | | | |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|
| 1.17 | <input type="checkbox"/> | 3.50 | <input type="checkbox"/> |
| 7.00 | <input type="checkbox"/> | 12.84 | <input type="checkbox"/> |
| 17.51 | <input type="checkbox"/> | 23.34 | <input type="checkbox"/> |
| 30.34 | <input type="checkbox"/> | | |

7. Conoce del programa socio-tienda

- Si
- No



CAPITAL EN GIRO

8. ¿Cuál es el valor aproximado de la mercadería?

- 0 - 50000
- 50001 - 10000
- 10001 - 15000
- 15001 - 20000

9. Cuenta con activos fijos como:

- Estantes
- Vitrinas
- Frigoríficos
- Refrigeradora
- Balanza
- Otros: _____

10. Señale con una X sus proveedores

- | | | | |
|----------------|--------------------------|--------------|--------------------------|
| • COCA-COLA | <input type="checkbox"/> | NUTRI LECHE | <input type="checkbox"/> |
| • PEPSI | <input type="checkbox"/> | REY LECHE | <input type="checkbox"/> |
| • MANZANA | <input type="checkbox"/> | TONI | <input type="checkbox"/> |
| • AZENDE | <input type="checkbox"/> | FABRIL | <input type="checkbox"/> |
| • PILSENER | <input type="checkbox"/> | DANEC | <input type="checkbox"/> |
| • CORDIALSA | <input type="checkbox"/> | INALECSA | <input type="checkbox"/> |
| • COMIC-COMEC | <input type="checkbox"/> | LA UNIVERSAL | <input type="checkbox"/> |
| • NESTLE | <input type="checkbox"/> | ARCOR | <input type="checkbox"/> |
| • Ferias | <input type="checkbox"/> | | |
| • Otros: _____ | | | |

11. ¿Con que periodicidad realiza sus compras?

SEMANTAL	MENSUAL	QUINCENAL	OTROS

12. ¿Cuál es el valor de sus compras semanalmente?

- a) 0 – 50
- b) 51 - 100
- c) 101 – 150
- d) Más _____

13. ¿Cuáles son las formas de pago?

- Crédito
- Contado



14. Cuanto percibe mensualmente de sus ventas
- 0 – 5000 5001 - 10000
 - 10001 - 20000 20001 – 30000
 - 30001 – 40000 40001 - 50000
 - 50001 – 60000

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

15. ¿Cómo financió su negocio?
- Capital Propio
 - Préstamo entidad financiera
 - Otros _____

16. ¿Actualmente posee deudas por haber incrementado su negocio?
- Si
 - No

17. Sus productos los adquiere a través de:
- Distribuidores
 - Productores
 - Supermercados
 - Otros.....

18. Clase de crédito que tiene con los proveedores

Sector Financiero Popular y Solidario			Préstamo Informal	Banca privada	
Cooperativa	Caja comunal	Bonos		Bancos	Mutualistas

MARGENES Y BENEFICIOS




19. Su mayor competencia son los:
- Supermercados
 - Minimarket
 - Tiendas
 - Otros _____

20. ¿Cuáles son los productos que más consumen sus clientes?

Bazar	Abacería	Snacks	Bebidas alcohólicas	Bebidas no alcohólicas



PERECIBLES

	Precio Mercado ()
	Precio Mercado ()
	Precio Mercado ()

DOCUMENTOS CONTABLES

21. ¿Emite comprobantes de venta?

- Si
- No

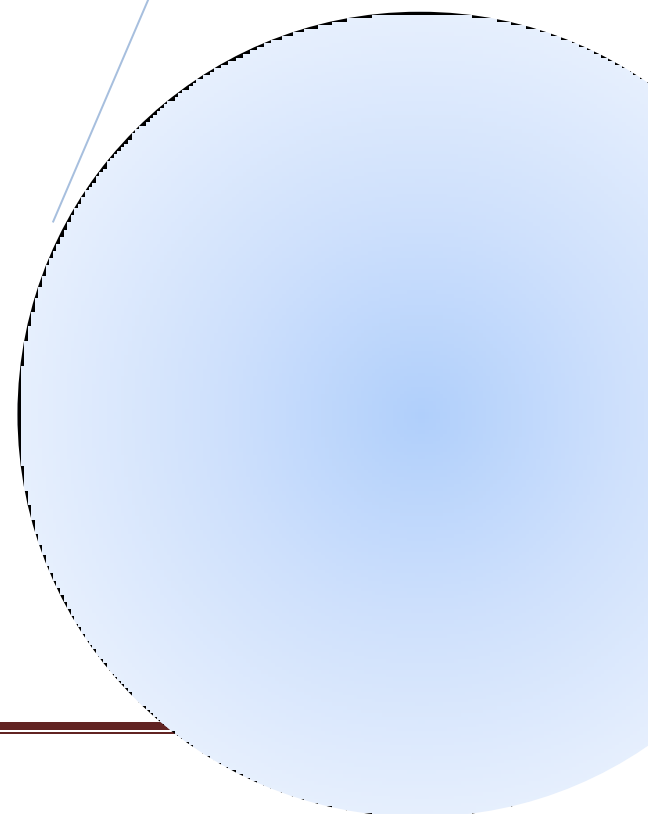
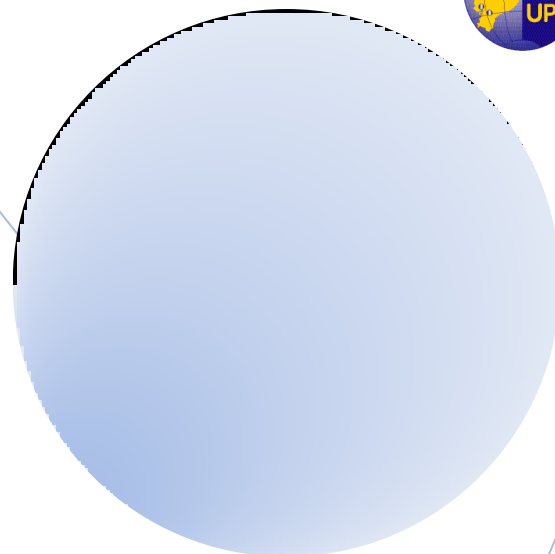
22. ¿Qué tipos de comprobantes emite?

- Facturas
- Notas de Venta
- Tiquetes
- Otro

23. ¿Usted Lleva un registro de?

- Cuentas por cobrar
- Proveedores
- Ingresos/Gastos

Agradecemos por el tiempo brindado a esta encuesta



2

FORMULARIO DE ENTREVISTAS REALIZADAS A EXPERTOS.



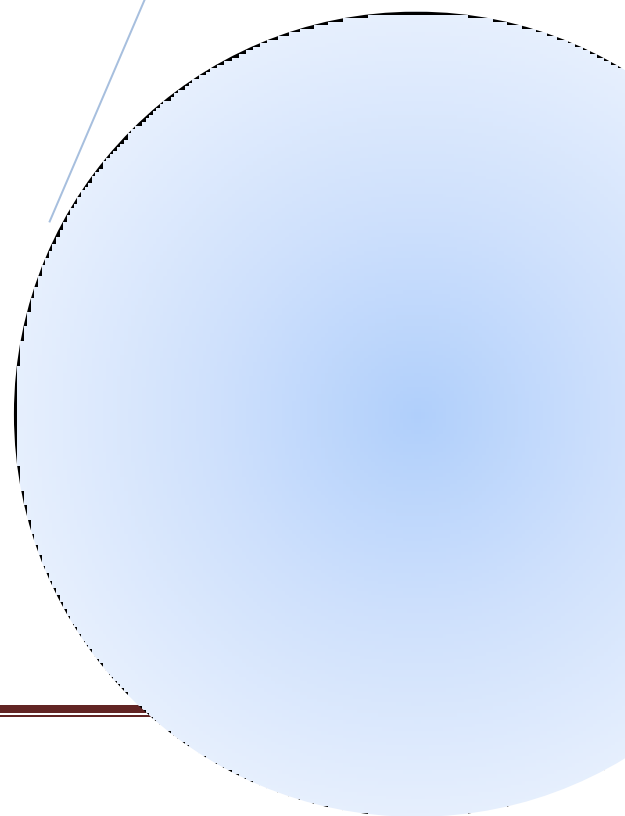
Alumnas de la Universidad Politécnica Salesiana realizan la siguiente entrevista para: “Análisis del impacto económico que genera el RISE en el sector popular tiendas de barrio del área urbana en la ciudad de Cuenca en el periodo 2007-2011”, por lo que pedimos nos brinden su colaboración.

1. ¿Conoce usted del RISE y cuál es su opinión al respecto?
2. ¿Cuáles son las principales ventajas de este nuevo régimen?
3. ¿Cuáles son los principales inconvenientes del RISE que se pueden presentar?
4. ¿Qué temores puede generar el RISE?
5. ¿Cuál es el beneficio de la aplicación del RISE para la economía nacional?
6. ¿Con qué objetivo se creó este nuevo régimen?



3

**ENCUESTAS REALIZADAS A LAS
TIENDAS DE BARRIO DEL ÁREA
URBANA DE LA CIUDAD DE
CUENCA.**





Alumnas de la Universidad Politécnica Salesiana realiza la siguiente encuesta para: "Análisis del impacto económico que genera el RISE en el sector popular tiendas de barrio del área urbana en la ciudad de Cuenca en el periodo 2007-2011", por lo que pedimos nos brinden su colaboración.

INFORMACIÓN GENERAL

Barrio: _____ Nombre del Propietario: _____

1. ¿Qué tiempo tiene el negocio en el mercado?

- 0-5
- 5-10
- 10-más

2. ¿El local es?

- Propio
- Arrendado

3. ¿Qué Nivel de instrucción tiene?

- Primaria
- Secundaria
- Superior

4. ¿Bajo qué régimen está inscrito?

- RUC
- RISE
- Ninguno

Si su respuesta es RUC pase a la pregunta 5

Si su respuesta es RISE pase a la pregunta 6

5. ¿Como realiza sus declaraciones?:

- Personalmente
- Por medio de terceros
- Por email

6. ¿Cuál es la tarifa que cancela mensualmente en el banco?

- | | | | |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|
| 1.17 | <input type="checkbox"/> | 3.50 | <input type="checkbox"/> |
| 7.00 | <input type="checkbox"/> | 12.84 | <input type="checkbox"/> |
| 17.51 | <input type="checkbox"/> | 23.34 | <input type="checkbox"/> |
| 30.34 | <input type="checkbox"/> | | |

7. Conoce del programa socio-tienda

- Si
- No



CAPITAL EN GIRO

8. ¿Cuál es el valor aproximado de la mercadería?

- 0 - 5000
- 5001 - 10000
- 10001 - 15000
- 15001 - 20000
- Más _____

9. Cuenta con activos fijos como:

- Estantes
- Vitrinas
- Frigoríficos
- Refrigeradora
- Balanza
- Otros: _____

10. Señale con una X sus proveedores

- | | | | |
|----------------|--------------------------|--------------|--------------------------|
| • COCA-COLA | <input type="checkbox"/> | NUTRI LECHE | <input type="checkbox"/> |
| • PEPSI | <input type="checkbox"/> | REY LECHE | <input type="checkbox"/> |
| • MANZANA | <input type="checkbox"/> | TONI | <input type="checkbox"/> |
| • AZENDE | <input type="checkbox"/> | FABRIL | <input type="checkbox"/> |
| • PILSENER | <input type="checkbox"/> | DANEC | <input type="checkbox"/> |
| • CORDIALSA | <input type="checkbox"/> | INALECSA | <input type="checkbox"/> |
| • COMIC-COMEC | <input type="checkbox"/> | LA UNIVERSAL | <input type="checkbox"/> |
| • NESTLE | <input type="checkbox"/> | ARCOR | <input type="checkbox"/> |
| • Ferias | <input type="checkbox"/> | | |
| • Otros: _____ | | | |

11. ¿Con que periodicidad realiza sus compras?

SEMANAL MENSUAL QUINCENAL OTROS

12. ¿Cuál es el valor de sus compras semanalmente?

- a) 0 - 50
- b) 51 - 100
- c) 101 - 150
- d) Más _____

13. ¿Cuáles son las formas de pago?

- a) Crédito
- b) Contado



14. Cuanto percibe mensualmente de sus ventas

- 0 – 5000
- 10001 - 20000
- 30001 – 40000
- 5001 – 10000
- 20001 – 30000
- 40001 – 50000
- 50001-60000

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

15. ¿Cómo financió su negocio?

- Capital
- Préstamo entidad financiera
- Otros _____

16. ¿Actualmente posee deudas por haber incrementado su negocio?

- Si
- No

17. Sus productos los adquiere a través de:

- Distribuidores
- Productores
- Supermercados
- FERIAS
- Otros.....

18. Clase de crédito que tiene con los proveedores

Sector Financiero Popular y Solidario			Préstamo Informal	Banca privada	
Cooperativa	Caja comunal	Bonos		Bancos	Mutualistas

MARGENES Y BENEFICIOS

19. Su mayor competencia son los:




- Supermercados
- Minimarket
- Tiendas
- Otros _____

20. ¿Cuáles son los productos que más consumen sus clientes?

Bazar	Abaceria	Snacks	Bebidas alcohólicas	Bebidas no alcohólicas



PERECIBLES

	Precio Mercado	PVP ()
	Precio Mercado	PVP ()
	Precio Mercado	PVP ()

DOCUMENTOS CONTABLES

21. ¿Emite comprobantes de venta?

- Si
- No

22. ¿Qué tipos de comprobantes emite?

- Facturas
- Notas de Venta
- Tiquetes
- Otro

23. ¿Usted Lleva un registro de?

- Cuentas por Cobrar
- Proveedores
- Ingresos/ Gastos

Agradecemos por el tiempo brindado a esta encuesta



(Handwritten mark)



Alumnas de la Universidad Politécnica Salesiana realiza la siguiente encuesta para: "Análisis del impacto económico que genera el RISE en el sector popular tiendas de barrio del área urbana en la ciudad de Cuenca en el periodo 2007-2011", por lo que pedimos nos brinden su colaboración.

INFORMACIÓN GENERAL

Barrio: San Juan Nombre del Propietario: _____

1. ¿Qué tiempo tiene el negocio en el mercado?

- 0-5
- 5-10
- 10-más

2. ¿El local es?

- Propio
- Arrendado

3. ¿Qué Nivel de instrucción tiene?

- Primaria
- Secundaria
- Superior

4. ¿Bajo qué régimen está inscrito?

- RUC
- RISE
- Ninguno

Si su respuesta es RUC pase a la pregunta 5

Si su respuesta es RISE pase a la pregunta 6

5. ¿Como realiza sus declaraciones?:

- Personalmente
- Por medio de terceros
- Por email

6. ¿Cuál es la tarifa que cancela mensualmente en el banco?

- | | |
|--|--------------------------------|
| 1.17 <input type="checkbox"/> | 3.50 <input type="checkbox"/> |
| 7.00 <input checked="" type="checkbox"/> | 12.84 <input type="checkbox"/> |
| 17.51 <input type="checkbox"/> | 23.34 <input type="checkbox"/> |
| 30.34 <input type="checkbox"/> | |

7. Conoce del programa socio-tienda

- Si
- No



CAPITAL EN GIRC

9. ¿Cuál es el valor aproximado de la mercadería?

- 0 - 50000
- 50001 - 10000
- 10001 - 15000
- 15001 - 20000

9. Cuenta con activos fijos como:

- Estantes
- Vitrinas
- Frigoríficos
- Refrigeradora
- Balanza
- Otros: _____

10. Señale con una X sus proveedores

- | | | | |
|---------------------------------------|--------------------------|--------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> COCA-COLA | <input type="checkbox"/> | NUTRI LECHE | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> PEPSI | <input type="checkbox"/> | REV LECHE | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> MANZANA | <input type="checkbox"/> | TONI | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> AZENDE | <input type="checkbox"/> | FABRIL | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> PILSENER | <input type="checkbox"/> | DANEC | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> CORDIALSA | <input type="checkbox"/> | INALECTSA | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> COMIC-COMEC | <input type="checkbox"/> | LA UNIVERSAL | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> NESTLE | <input type="checkbox"/> | ARCOR | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Ferias | <input type="checkbox"/> | | |
| <input type="checkbox"/> Otros: _____ | | | |

11. ¿Con que periodicidad realiza sus compras?

SEMANAL	MENSUAL	QUINCENAL	OTROS
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. ¿Cuál es el valor de sus compras semanalemente?

- a) 0 - 50
- b) 51 - 100
- c) 101 - 150
- d) Otros _____

13. ¿Cuáles son las formas de pago?

- a) Crédito
- b) Contado



¿Cuánto percibe mensualmente de sus ventas?

- 0 - 5000
- 5001 - 10000
- 10001 - 20000
- 20001 - 30000
- 30001 - 40000
- 40001 - 50000
- 50001 - 60000

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

¿Cómo financió su negocio?

- Capital
- Préstamo entidad financiera
- Otros _____

¿Actualmente posee deudas por haber incrementado su negocio?

- Sí
- No

7. Sus productos los adquiere a través de:

- Distribuidores
- Productores
- Supermercados
- FERIAS
- Otros.....

18. Clase de crédito que tiene con los proveedores

Sector Financiero Popular y Solidario			Préstamo Informal	Banca privada	
Cooperativa	Caja comunal	Bonos		Bancos	Mutualistas

MARGENES Y BENEFICIOS

19. Su mayor competencia son los:

- Supermercados
- Minimarket
- Tiendas
- Otros _____

20. ¿Cuáles son los productos que más consumen sus clientes?

Bazar	Abacería	Snacks	Bebidas alcohólicas	Bebidas no alcohólicas



PERECIBLES

	Precio Mercado	PVP ()
	Precio Mercado	PVP ()
	Precio Mercado	PVP ()

DOCUMENTOS CONTABLES

21. ¿Emite comprobantes de venta?

- Si
- No

22. ¿Qué tipos de comprobantes emite?

- Facturas
- Notas de Venta
- Tiquetes
- Otro

23. ¿Usted Lleva un registro de?

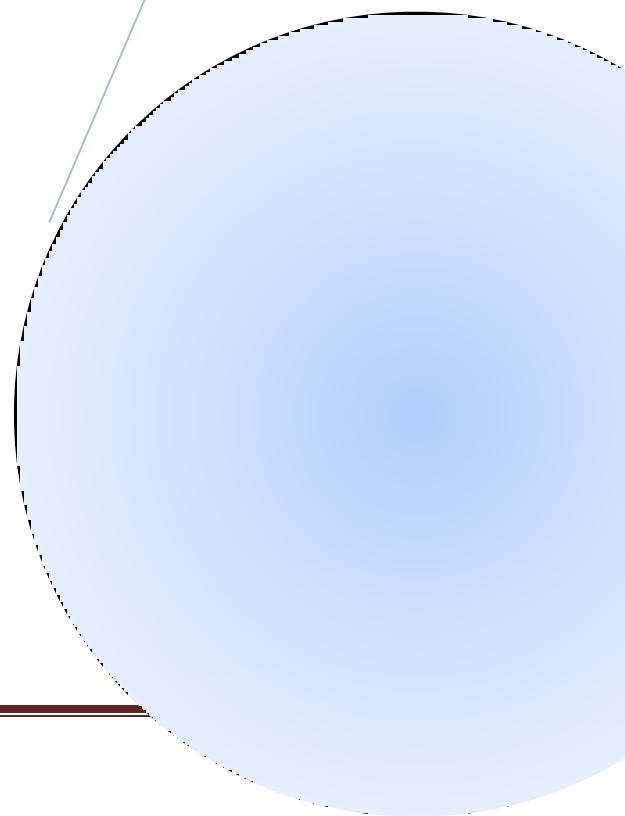
- Cuentas por Cobrar
- Proveedores
- Ingresos/ Gastos

Agradecemos por el tiempo brindado a esta encuesta



4

ENTREVISTAS REALIZADAS A EXPERTOS





4. Entrevistas realizadas a expertos.

4.1. ENTREVISTA AL FUNCIONARIO ASISTENTE DE VENTANILLAS DEL SRIING. XAVIER RODRIGUEZ.

Cuenca, 12 de Julio del 2012

Hora: 11:15

Tiempo de duración: 45 minutos

“Buenos días este régimen salió a partir de la Ley de equidad tributaria que fue en el año 2007 a finales del 2007. Este es un régimen para dar facilidades para que los comerciantes informales y ya formales tengan facilidades de pagos de sus impuestos, entonces es un sistema mucho más fácil puesto que les van a ahorrar a las personas que se inscriban en este régimen tiempo y dinero.

Ventajas del RISE

- Las ventajas en relación al Ruc son bastantes como por ejemplo, Mientras que con el RUC usted hace declaración mensual o semestral de acuerdo a los productos o servicios que se vendan y no hay como adelantar las declaraciones, en el RISE ustedes pagan una cuota fija mensual sin necesidad de llenar ninguna declaración en cualquier institución bancaria del país, inclusive como son cuotas fijas mensuales se puede adelantar los pagos es decir si puedo o si quiero pagar todo el año hasta el mes de diciembre así mismo me voy el mes de enero y a través pagar todo el año;
- Otra de la ventajas es que en esa cuota que yo estoy pagando el RISE, estoy pagando tanto el IVA como el impuesto en la Renta en la misma cuota; además otra ventaja es la facturación en el Ruc ustedes tienen que dar facturas tienen que desglosar el IVA mientras que en el RISE se dan notas de venta simplificadas en las cuales solo se pone fecha y el valor total de la venta tenemos que tomar en cuenta que para dar notas de venta del RISE obligatoriamente tienen que darlas cuando la venta sean de 12\$ dólares para arriba;
- otra ventaja del RISE es que cuando yo tengo empleados estando en el RISE que son por contratos vigente y además de eso están asegurados con lo que es el



seguro social entonces a mi como contribuyente RISE se me puede descontar el 5% de la cuota que estoy pagando por cada empleado, hasta llegar al máximo del 50% de la cuota.

INCONVENIENTES

- La ley estipula que las personas que están inscritas en el RISE no tienen que hacer declaración del impuesto a la renta debido a que ya en la cuota que están pagando impuesto a la renta y están pagando impuesto al IVA, ahora la situación con el municipio es que ya se les ha comunicado sobre esta situación aun así lo que están haciendo los contribuyentes RISE para que en el municipio tengan todos los permisos de operación y funcionamiento es pues simplemente llenar el formulario 102 A con lo que ellos consideren de ingresos pero eso estaría mal pero eso hemos comunicado con el municipio y esperemos que el municipio también ya se atenga a lo que dice la ley.
- El contribuyente ya sea en el RUC o en el RISE puede sacar las claves, igual se le podría asignar una clave para que haga formulario.
- El contribuyente que no tenga RUC, el contribuyente que quiera empezar su negocio y quiera sacar el RISE tendría que hacer un análisis de los clientes que va tener por que si yo quiero trabajar con instituciones publicas privadas, personas obligadas a llevar contabilidad desde el efecto que usted esta mencionando deberían por lo general en las compras que hacen piden facturas por que la factura es uno de los documentos y comprobantes de venta que si les da crédito tributario y mientras que la nota de venta no, y los contribuyentes RISE recordamos solo dan notas de venta entonces que hay si el contribuyente RISE perdería estas rentas entonces le tocaría la opción de cambiarse al RUC en caso de que los clientes de él fueran instituciones publicas, privadas o personas obligadas a llevar contabilidad para no perder ese centro pero si es que es una persona que vende a consumidor final y es un negocio pequeño es mas conveniente tener el RISE por la facilidades que le mencione al principio.



TEMORES:

- Bueno digamos que uno de los peros que tiene el RISE es esto de las facturas y notas de venta el no poder trabajar de pronto con las instituciones o personas obligadas a llevar contabilidad de hay en adelante no habría ningún inconveniente por que hace un tiempo atrás también había problema con el RISE que en los bancos para darles crédito les piden el RUC por que cuando les dan un préstamo les piden las declaraciones de los últimos 6 mese pero esto ya se esta haciendo capacitaciones con los bancos para informales que el RISE también es un sistema en donde se informan cuales van a ser sus ingresos cuales van a ser sus rentas entonces ellos ahora también ya están pidiendo el RISE para lo que son prestamos tanto es así que en el banco del fomento, por lo general ellos piden el RISE.
- Los contribuyentes al momento de inscribirse en el RISE, en las ventanillas del SRI el funcionario de asistente de ventanillas les pide datos como cual es su ingreso cuáles son sus ventas cuáles son sus gastos si tienen empleados cual es su actividad económica en base a todos estos datos el sistema les asigna una cuota entonces el RISE está dividido en cuotas de acuerdo a sus ingresos o a las ventas entonces tenemos así que la tabla esta dividida en ingresos de 0-5000, de 5000-10.000 y así sucesivamente hasta los 60.000 dólares entonces en base a estas cuotas se podrían dar cuenta de cual es el monto que están manejando al año, cuando la administración tributaria requiere esa información si les podrían pedir las notas de venta para eso se les capacita a ellos también o se les dice al momento de sacar el RISE de que tienen que llevar un registro de sus ingresos y gastos en un cuaderno en un formato muy sencillo que es de tres columnas que son fecha, compras y ventas relacionados con la actividad económica

BENEFICIO A LA ECONOMIA NACIONAL:

El beneficio principal justamente es para formalizar a los comerciantes informales, entonces con esto pues también se genera una recaudación que obviamente va al presupuesto de ahí irá a las diferentes obras públicas que hace el gobierno



Con la implementación del RISE obviamente a habido más recaudación porque se han inscrito muchas personas que antes no estaban inscritas y no pagaban impuestos ahora si lo hacen por ende también a habido un aumento en la recaudación no muy considerable ya que el objetivo propio del RISE fue más bien el crear cultura tributaria de que la gente empiece a aportar con un pequeño grano de arena a lo que es el presupuesto, a lo que es impuestos, a lo que es ya estar dentro de un mercado formal o comercio formal.”

4.2 ENTREVISTA AL JEFE DE RENTAS Y TRIBUTACIÓN DEL MUNICIPIO ING. FERNANDO OYERVIDE

Cuenca, 12 de Julio del 2012

Hora: 17:15

Tiempo de duración: 45 minutos

BENEFICIOS DEL RISE:

“Bueno entre los beneficios que conozco que el Régimen Impositivo Simplificado busca que haya un mayor número de contribuyentes inscritos en el SRI, adicionalmente como tener también un proceso sencillo, simple donde todos los contribuyentes puedan acceder a la formalidad en el tema tributario.

OBJETIVOS DEL RISE:

Bueno uno de los objetivos del RISE es lógicamente fomentar una mayor cultura tributaria haciendo que la inscripción sea sencilla frente al SRI, entonces entendemos que si los objetivos se cumplen se eliminará la informalidad porque si los procesos son muy difíciles, son muy complicados, eso ayuda a que la gente no se formalice.

INCONVENIENTES:

Bueno realmente yo no considero que hayan mayores problemas o inconvenientes de lo que he visto y estudiado el sistema es sencillo, tienen que inscribirse y tienen que determinar el número de ventas, y luego simplemente ya hacen un pago mensual o un pago anual eso elimina todo proceso de declaraciones mensuales, retenciones, se entendería que si esto es bien difundido entonces las personas podrían acogerse



rápidamente al RISE y les ayudaría a abrir mercados que pueden vender ya a personas que requieran comprobante de venta, la nota de venta como mínimo.

BENEFICIO A LA ECONOMIA NACIONAL:

Bueno creo que los elementos de la economía a nivel tributario es sostener mayor número de contribuyentes en todas las administraciones tributarias buscamos incrementar el número de contribuyentes, el número personas o sujetos pagando impuestos con eso se va a elevar la recaudación tributaria y además se va a formalizando otros campos o otros áreas de la economía entonces con eso nos ayuda a que sectores no necesariamente los del RISE se vayan también formalizando por ejemplo sus ventas como el sector importador como el sector comerciante mayorista entonces al verse ellos obligados a entregar comprobante de venta a personas que están formalizadas todo el engranaje del área tributaria se va consolidando se va formalizando por lo tanto va generando mayores impactos a la economía

Bueno el privilegio entre nosotros con la administración tributaria y los municipios estamos en línea con el SRI, nosotros tenemos información del SRI entonces podemos saber cuales son las personas que están con RISE o que no tienen RISE, cuales son los contribuyentes personas naturales, o jurídicas, los RISE al no tener declaración en el impuesto a la renta para nuestros impuestos municipales no tiene mayor incidencia por cuanto nuestros impuestos municipales no gravan a las rentabilidades o a los rendimientos, si no mas bien gravan a los patrimonios como es el caso de los impuestos a los activos totales menos el pasivo, prácticamente gravando al patrimonio la patente también grava directamente al patrimonio entonces en ese caso el hecho de que el contribuyente no tenga declaración del impuesto a la renta no nos afecta, no hay afección en los permisos municipales o impuestos municipales.

RISE EN LAS TIENDAS DE BARRIO:

Para este tipo de actividad considero que es mejor que estén en el RISE las actividad de comercio al por menor en tiendas en barrios, realmente son comercios familiares, unipersonales, donde los capitales son incluso mínimas entonces destinar todo un



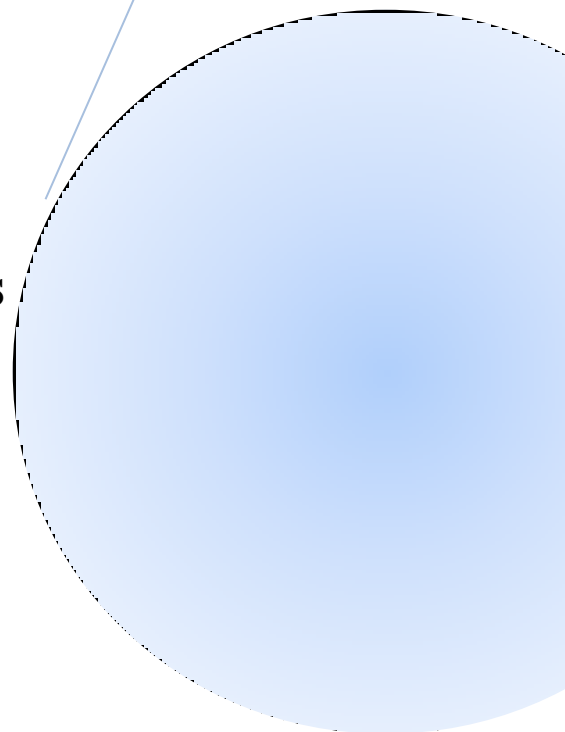
porcentajes de sus ingresos para contratar a una persona que le ayude con declaraciones o con algunos sistemas tributarios mas complejos como IVA renta yo creo que para este nivel de ingresos y ventas no amerita, Justamente por eso el RISE es un interesante mecanismo de facilitar a los contribuyentes su cuestión tributaria, porque prácticamente tienen que hacer un valor tributario es mejor que estén en el sistema RISE.

Realmente si claro que hay un sector que se beneficia y otro sector que se puede perjudicar pero en todo caso el otro sector que sería aparentemente perjudicado los profesionales de la contaduría si hay otros ámbitos de aplicación que el mismo SRI, ha ido generando como por ejemplo anexos gastos personales, devoluciones retenciones de renta que son un poco más especializados que es obvio que esté a cargo de una persona a ese nivel porque las declaraciones de una tienda de un negocio pequeño si bien el conocimiento de las personas no ameritan un profesional complejidades tan altas como para que un profesional tenga que tiempo completo Para que los contadores profesionales se especialicen en cosas más significativas dentro de una empresa.”



5

OFICIOS RECIBIDOS Y ENVIADOS RENTAS INTERNAS





Oficio No. 101012012OPLN0001126
Cuenca, 16 de mayo de 2012
Asunto: Solicitud de Información

Señorita
Mónica Jacqueline Sinchi Morocho
Estudiante de la Universidad Politécnica Salesiana
Carlos A. Vega y Leopoldo Dávila
Ciudad

De mi consideración:

Atendiendo a su comunicación, ingresada en las oficinas de la Secretaría Regional del Servicio de Rentas Internas del Austro, con número de trámite 101012012008857, me permito detallarle a continuación la información solicitada:

- Número de contribuyentes inscritos en el RISE cuya actividad económica es la venta al por menor de bebidas y alimentos de primera necesidad, en la ciudad de Cuenca del área urbana en el período 2007-2011 :

2007	2008	2009	2010	2011
98	501	526	738	567

Fuente: Oracle Discoverer

- Cuantos contribuyentes que se cambiaron del régimen general al régimen RISE en la ciudad de Cuenca durante el período 2007-2011: **6.742**
- Número de contribuyentes excluidos del RISE por año cuya actividad económica es comercial en la ciudad de Cuenca:

2007	2008	2009	2010	2011
0	36	236	61	263

Fuente: Oracle Discoverer

Le recuerdo que la información que se envía, deberá ser utilizada únicamente para los fines descritos en el oficio por usted enviado.

SRI.gob.ec